

Marketing Internacional

1.- Datos de la Asignatura

Código	103847	Plan	238	ECTS	6
Carácter	Optativa			Periodicidad	2º Semestre 4º curso
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 Gomez	Grupo / s	
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	Facultad de Economía de la Empresa		
Despacho	311		
Horario de tutorías	1 semanal de 5.30 a 6.30h.PM		
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
COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS. GRADO ADE
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 Marketing en la gestión comercial Internacional, esto es, su contenido, alcance y aplicaciones en la toma de decisiones empresariales
2. Conocer las distintas fuentes de información y las distintas herramientas que proporciona el Marketing Internacional para que la empresa se internacionalice.

5.- Contenidos

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

Teóricos: comprensión de los conceptos de Marketing Internacional:

1. Dirección de Marketing Global. **Planificación y Organización.**
- 2.- **Investigación de Mercados** Global.
- 3.- El desarrollo de los **productos** de consumo
- 4.- Marketing de **Productos** Industriales y de Servicios.
- 5.- Sistemas de **Distribución** Internacional. Agentes comer. internacionales
- 6.- Mecánica y Logística en la **Distribución** del Comercio de Import/Exportación.
- 7.- Fijación de **precios** internacionales.- Necesidades financieras del MK inter.(Ramón Boixados)
- 8.-Estrategia **Comunicación.: Publicidad, promoción RRPP y MK directo.(Kotler 2000)**
- 9.- **Presupuesto. Evaluación y Control** del Marketing(Kotler 2000)

Libro-Guía-Trabajo: Plan de Marketing: Sainz de Vicuña. ESIC

PRACTICOS:

Elaboración de un PLAN DE MARKETING Internacional basado en la teoría anterior

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 Comercialización e Investigación de Mercados, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Administración y Dirección de Empresas.

Específicas.

Transversales.

7.- Metodologías

Indíquense las metodologías de enseñanza-aprendizaje que se van a utilizar. Por ejemplo: Clase magistral, enseñanza basada en proyectos de aprendizaje, metodologías basadas en la investigación, metodología basada en problemas, estudios de casos, ofertas virtuales,...

- Exposición por parte del Profesor a través de PP.
- Exposiciones de los alumnos sobre los temas de Marketing Internacional
- Exposición por parte del alumno del Plan de Marketing (RESUMEN)
- VISITA EMPRESA

8.- Previsión de Técnicas (Estrategias) Docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Clases magistrales	2 semana			
Clases prácticas				
- En el laboratorio				
- En aula				
- En aula de Informática				
- De campo				
- De visu				
Seminarios				
Exposiciones y debates				
Tutorías	1 semana			
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos		2 semana		
Otras actividades :visita empresa		10		
Exámenes		20		
TOTAL				

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

- Marketing internacional. **Cateora**. IRWIN 8ª ed. 1995
- **Plan de Marketing en la práctica. JM Sainz de Vicuña. ESIC 1995 . (18º ed.-2009)**
- **Estrategias de MK. Internacional. Svend Hollensen Jesús Arteaga. PEARSON 4º ed. 2010**
- **De consulta recomendada:**
- Dirección de Marketing. **Kotler**. PRENTICE HALL Milenium 2000
- Marcas internacionales. Julio Cerviño Piramide. 2002
- El comercio inter.. Incertidumbres y soluciones, R. Boixados.Pirámide 1993
- **Planificación Medios: Angeles G. Lobo/Enri.Carreño.ESIC 2ºed** 1999
- El Agente Comercial Internacional. **Pablo Arrabal**. Ed. Paraninfo 1993
- La imagen de marca de paises. **J,F. Vall**. ESADE/McGraw hill.) 1993
- Intercambio Compensado. **Pieiro/Ras**. MCGRAW Hill

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

Videos del ICEX sobre aspectos de MK internacional:

- Por qué exportar: ejemplo empresa vinos
- Investigación de mercados Ejemplo empresa conservera
- La decisión de exportación. Ejemplo empresa muebles

10.- Evaluación

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

Consideraciones Generales

--

Criterios de evaluación

Asistencia obligatoria a clase. Máximo 3 faltas

Instrumentos de evaluación

Exposición tema: 10%
 Exposición del Plan de MK: 10%
 Examen 20% obligatorio aprobar
 Trabajo Plan de MK. :60%

Recomendaciones para la evaluación.

Aprobar el examen. Una pregunta en Idioma extranjero

Recomendaciones para la recuperación.

--

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

SEMANA	Nº de horas Sesiones teóricas	Nº de horas Sesiones prácticas	Nº de horas Exposiciones y Seminarios	Nº de horas Tutorías Especializadas	Nº de horas Control de lecturas obligatorias	Evaluaciones presenciales /No presenciales	Otras Actividades
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							

17							
18							
19							

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103848	Plan	238	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
Área	Organización de Empresas				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Lucía Muñoz Pascual	Grupo / s	Unico
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	101 (1º Planta, Edificio Departamental FES)		
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
Modulo: Organización de PYMEs Materia: Organización Organización del Trabajo, Dirección y Gestión de Recursos Humanos.
Perfil profesional.
Gestión de empresas y recursos humanos

3.- Recomendaciones previas

Fundamentos de Organización de Empresas

4.- Objetivos de la asignatura

Conocimientos por el alumno/a del marco competitivo de la empresa y del papel de los recursos humanos en el diseño de la estrategia económica así como proposición de alternativas en materias de recursos humanos.

5.- Contenidos

TEMA 1: Fundamentos microeconómicos y conceptuales de los Recursos Humanos.

TEMA 2: Atracción y selección de trabajadores.

TEMA 3: Contratos e información asimétrica.

TEMA 4: Economía del capital humano y formación.

TEMA 5: Diseño y Análisis de los puestos trabajo

TEMA 6: Motivación e incentivos en la relación de empleo.

TEMA 7: Planificación de Recursos Humanos.

TEMA 8: Análisis del Mercado Laboral en la actualidad

6.- Competencias a adquirir

Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiriera las establecidas en la Materia Administración de los Recursos Humanos.

Específicas

- Conocimiento de dirección y gestión de recursos humanos.
- Conocimiento de auditoria sociolaboral.
- Capacidad para participar en la elaboración y diseño de estrategias organizativas, desarrollando la estrategia de recursos humanos de la organización.
- Capacidad para aplicar técnicas y tomar decisiones en materia de gestión de recursos humanos (política retributiva, de selección.).
- Capacidad para aplicar las distintas técnicas de evaluación y auditoria sociolaboral.
- Aplicar los conocimientos a la práctica.
- Capacidad para comprender la relación entre procesos sociales y la dinámica de las relaciones laborales.

Transversales.

- Capacidad de organización, planificación y administración.
- Resolución de problemas.
- Toma de decisiones.
- Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar.
- Creatividad

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 los conocimientos teóricos adquiridos. Podrán incluir las siguientes prácticas:
 - o Discusión y resolución de cuestiones de carácter práctico.
 - o Puesta en común de casos prácticos.
 - o Análisis y resolución de problemas cuantitativos.
 - o Debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económica.
 - o Seminarios para la aplicación de contenidos.
 - o 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:
 - 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, problemas y ejercicios.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas presenciales.	Horas de trabajo autónomo	Horas totales
Clases magistrales	21	30	50
Clases prácticas	14	40	60
Otras actividades: Tutorías, lecturas, Seminarios, conferencias, evaluación.	10	35	40
TOTAL:	45	128	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Microeconomía y su conducta. Cuarta Edición. **Robert H. Frank**
 Principios de Economía. **N. Gregory Mankiw**
 Análisis contractual de la empresa. Ed. Marcial Pons. **B. Arruñada**
 Economía, organización y gestión de la empresa. Ed. Ariel. **P. Milgrom y J. Roberts**
 La gestión de recursos humanos. Madrid: Madrid. McGraw Hill. **S. Dolan y R. Valle (2007)**
 Comportamiento organizacional. México: Mc Graw-Hill. **J.M Ivancevich (2006)**
 Comportamiento organizacional. México. Mc Graw-Hill. **F. Luthans (2008)**
 Dirección de recursos humanos: un enfoque estratégico. Madrid: Mc Graw-Hill. **M.A Sastre y E.M Aguilar (2003)**

--

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

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

Criterios de evaluación

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

- Asistencia a clase 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.

Una prueba similar a la prevista para el examen final.

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103849	Plan	238	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
Área	Psicología social				
Departamento	Psicología social y antropología				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	http://moodle.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Luis González Fernández	Grupo / s	1
Departamento	Psicología Social y Antropología		
Área	Psicología Social		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	307		
Horario de tutorías	Martes de 11:00 a 14:00		
URL Web	http://moodle.usal.es		
E-mail	lgf@usal.es	Teléfono	3116

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: Organización de empresas. Materia: Estructura y comportamiento organizativo.
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
La asignatura pretende aportar el conocimiento sobre el comportamiento del individuo dentro de la organización imprescindible para desarrollar de manera adecuada las funciones de administración y dirección de empresas. Este conocimiento es necesario en todos los ámbitos de la dirección de empresas -organizativa, estratégica, financiera, comercial, etc.- ya que los empleados, el capital humano de la empresa, se encuentran en todos sistemas e interviene en todas las funciones gerenciales.
Este objetivo general se articula en objetivos de aprendizaje del alumno entre los que se encuentran:
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las características y componentes del capital humano.

<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los elementos que explican el desempeño en el trabajo. • Conocer cómo influyen los valores y personalidad en el comportamiento en las organizaciones. • Conoce el papel de las emociones en el trabajo: inteligencia emocional y <i>work engagement</i>. • Ser capaz de evaluar los valores y resistencia al cambio. • Conocer las actitudes en el trabajo como satisfacción laboral, compromiso organizacional e implicación en el trabajo. • Ser capaz utilizar las herramientas para evaluar las actitudes en el trabajo. • Conocer el proceso de motivación en el trabajo. • Conocer las variables y procesos que determinan la conducta en los grupos y equipos de trabajo. • Conocer las características del liderazgo y su relación con la dirección. • Ser capaz de evaluar los estilos de liderazgo.
Perfil profesional.
Administración y Dirección de Empresas. Dirección de Recursos Humanos.

3.- Recomendaciones previas

No existen requisitos previos.

4.- Objetivos de la asignatura

El principal objetivo de la asignatura es aportar al alumno un conocimiento de las bases del comportamiento del individuo dentro de las organizaciones que permita al futuro gestor el desarrollo de sus funciones de dirección de manera adecuada.

5.- Contenidos

Al inicio del curso se entregará un programa detallado con los Temas que integran la asignatura, así como con los Seminarios y Talleres que se llevarán a cabo.

Los contenidos abordan las principales prácticas de gestión del capital humano.

Contenidos teóricos:

- El capital humano.
- Bases de la conducta del individuo: Percepción, atribución social y valores.
- Aprendizaje y personalidad.
- El papel de las emociones en el trabajo: inteligencia emocional y *work engagement*.
- Actitudes: satisfacción en el trabajo, compromiso organizacional e implicación en el trabajo
- El proceso de motivación en el trabajo.
- La conducta dentro de los grupos y equipos de trabajo.
- El liderazgo efectivo.

Contenidos teórico/prácticos:

- Rediseño de puestos.
- Características de los instrumentos de evaluación del capital humano
- Auditoría del capital humano

Contenidos prácticos:

En cada tema se realizarán diversas prácticas que permitan un análisis aplicado de los conceptos teóricos presentados.

6.- Competencias a adquirir**Básicas/Generales.**

Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiere las establecidas en el Módulo Organización de Empresas cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Administración y Dirección de Empresas.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Específicas.

- **Competencias específicas de conocimientos:**

- CECO1. Conocer los fundamentos del comportamiento del individuo en los entornos organizativos.
- CECO2. Conocer las bases del comportamiento del individuo dentro de los grupos y equipos en las organizaciones.
- CECO3. Conocer las características fundamentales de la conducta del individuo en los procesos de comunicación, conflicto y negociación dentro de las organizaciones.
- CECO4. Conocer las características esenciales del clima y cultura organizacional y su importancia en la gestión empresarial.
- CECO5. Conocer las herramientas para la evaluación del comportamiento del individuo dentro de las organizaciones.

- **Competencias específicas de habilidades:**

- CECO6. Ser capaz de percibir, apreciar e interpretar la conducta de uno mismo y de los otros dentro de las organizaciones.
- CECO7. Ser capaz de entender y actuar sobre las emociones y motivaciones relacionadas con el trabajo.
- CECO8. Ser capaz de transmitir información, ideas y emociones a otros y desarrollar retroalimentación y escucha activa.
- CECO9. Ser capaz de incorporar valores y principios en la toma de decisiones y en la elección de conductas.
- CECO10. Ser capaz de desarrollar, apoyar, facilitar y dirigir grupos y equipos para alcanzar las metas organizacionales.
- CECO11. Ser capaz de aplicar herramientas e instrumentos para evaluar el comportamiento del individuo y grupos en las organizaciones.
- CECO12. Ser capaz de apreciar las características distintivas de los individuos, grupos y culturas.

Transversales.

- CTCO1. El estudiante debe demostrar habilidad para aplicar el conocimiento en situaciones prácticas.
- CTCO2. El estudiante debe demostrar habilidad para comunicar tanto de forma oral como por escrito en la lengua nativa.
- CTCO3. Se debe demostrar destreza en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.
- CTCO4. Debe demostrar habilidad para investigar, procesar y analizar la información a partir de una variedad de fuentes.
- CTCO5. El estudiante ha de demostrar habilidad para ser crítico y autocrítico.
- CTCO6. El estudiante ha de tener habilidad para identificar, plantear y resolver un problema.
- CTCO7. El estudiante deberá demostrar habilidad para trabajar en equipo.

- CTCO8. El graduado tiene que tener habilidad para motivar personas y dirigir hacia objetivos comunes.
- CTCO9. El estudiante ha de ser capaz de evaluar y mantener la calidad del trabajo producido.

7.- Metodologías docentes

Entre las metodologías docentes se encuentran las siguientes:

- Presentaciones teorías
- Prácticas
- Seminarios
- Talleres
- Lecturas
- Casos
- Autoevaluaciones
- Trabajo en equipo
- Tutorías

Entre los principales objetivos que se pretende alcanzar con estas metodologías docentes se encuentran:

- Presentaciones (clases teóricas expositivas). Tienen como principal objetivo presentar los contenidos fundamentales de la asignatura. Los alumnos deberán realizar un trabajo complementario de análisis y estudio particular para comprender y aprender adecuadamente los contenidos explicados.
- Prácticas. Su principal objetivo es aplicar las técnicas y conceptos presentados en las clases teóricas. Estas clases requerirán un trabajo previo del alumno.
- Seminarios y talleres. Están diseñados para presentar un tópico específico sobre gestión del capital humano con una clara orientación aplicada.
- Tutorías. Servirán como apoyo para la resolución de dudas en relación con los aspectos teóricos y prácticos de la materia, así como de las actividades no presenciales.

Las actividades no presenciales consisten principalmente en lecturas obligatorias, solución de casos, autoevaluaciones y realización de trabajos individuales y en grupo. Estas actividades constituyen herramientas complementarias entre sí y tienen como objetivo profundizar en alguno de los aspectos más relevantes presentados en las clases teóricas y prácticas.

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	2	10	27	
Prácticas	- En aula	15	2	14	
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática	2	2	2	6
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios	2	1	2	5	
Exposiciones y debates	1	1	1	3	
Tutorías	5			5	
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos			30	30	
Otras actividades (detallar)	4	2	2	8	
Exámenes	1		34	35	
TOTAL	45	10	95	150	

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Al inicio del curso se entregará una bibliografía específica general y por temas en las que incluirán lecturas obligatorias.

BIBLOGRAFIA BASICA:

ROBBINS, S.P. (2011). *Comportamiento organizacional*. México: Prentice-Hall.

IVANCEVICH, J.M (2006). *Comportamiento organizacional*. México: Thomson.

HELLRIEGEL, D. y SLOCUM, J. W. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: Thomson.

LUTHANS, F. (2008). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw-Hill.

NEWSTROM, J.W. (2007). *El comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw-Hill.

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

Material proporcionado al alumno a través de STUDIUM.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema de evaluación aplicado será mixto, evaluando la adquisición de las competencias de la asignatura, tanto de forma continua, como mediante pruebas objetivas.

Criterios de evaluación

La valoración de la adquisición de las competencias de la asignatura se basa en los siguientes criterios:

- Evaluación continua: 30% de la calificación.
 - La evaluación continua se llevará a cabo en base a los siguientes criterios:
 - ✓ Nivel de participación: Asistencia, disponibilidad, colaboración, etc. de cada alumno en las actividades presenciales y no presenciales de la asignatura.
 - ✓ Nivel de calidad del trabajo: Rigor, precisión, falta de errores, etc. de cada

<p>alumno en los trabajos llevados a cabo en la asignatura.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Actitud y motivación mostrada por cada alumno en las actividades de la asignatura, tanto presenciales como no presenciales. - A través de la evaluación continua se valoran las siguientes competencias: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencias específicas: CECO5, CECO6, CECO7, CECO8, CECO9, CECO10, CECO11, CECO12. ➤ Competencias transversales: CTCO1, CTCO2, CTCO3, CTCO5. • <u>Prueba objetiva</u>: 70% de la calificación. <ul style="list-style-type: none"> - El contenido de la prueba objetiva procederá: <ul style="list-style-type: none"> - Teoría - Lecturas - Prácticas - Seminarios - Talleres - A través de la prueba objetiva se evalúan las siguientes competencias: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencias específicas: CECO1, CECO2, CECO3, CECO4, CECO5. ➤ Competencias transversales: CTCO4, CTCO5, CTCO9.
<p>Instrumentos de evaluación</p> <p>Los instrumentos a utilizar difieren en función del criterio de evaluación son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>La evaluación continua</u>. Se evaluará el desempeño del alumno en todas las actividades de la asignatura. Esta evaluación se basará en los criterios ya mencionados: nivel de participación, nivel de calidad del trabajo, actitud y motivación. El alumno obtiene en la evaluación continua una puntuación comprendida en el rango 0–3. 2. <u>La prueba objetiva</u>. Consistirá en un test que exija la aplicación integrada de los conocimientos y metodologías estudiados a lo largo del curso. Esta prueba objetiva estará integrada por 50 ítems con 3 alternativas de respuesta y corrección del azar de acuerdo al algoritmo: Puntuación = Correctas - (Errores/3). El alumno obtiene en la prueba objetiva de conocimientos una puntuación comprendida en el rango 0–7. 3. <u>La nota en la asignatura</u> se obtienen sumando la puntuación obtenida en la evaluación continua y la puntuación obtenida en la prueba objetiva, siempre y cuando la puntuación en la prueba sea igual o superior a 3,5.
<p>Recomendaciones para la evaluación.</p> <p>Para la adquisición de las competencias previstas en la asignatura se recomienda la participación activa en todas las actividades y el uso de las tutorías.</p>
<p>Recomendaciones para la recuperación.</p> <p>Se realizará una prueba objetiva de recuperación en la fecha prevista en la planificación docente.</p> <p>Además, para recuperación de las partes de evaluación continua que el profesor estime recuperables, se establecerá un proceso personalizado.</p>

MARKETING SECTORIAL**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103850	Plan	238	ECTS	6
Carácter	OPTATIVA	Curso	4º	Periodicidad	2º semestre
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS				
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	http://studium.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	EVA LAHUERTA OTERO	Grupo / s	1
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Centro	FACULTAD ECONOMÍA Y EMPRESA		
Despacho	318		
Horario de tutorías	Consulta por email		
URL Web	http://es.linkedin.com/in/evalahuerta/		
E-mail	eva.lahuerta@usal.es	Teléfono	923 29 46 40 (ext. 3127)

Repetir análogamente para otros profesores implicados en la docencia

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

Bloque formativo al que pertenece la materia	Comercialización e Investigación de Mercados
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.	Análisis de la aplicación de marketing diferenciando por sectores.
Perfil profesional.	Comercialización e investigación de mercados

3.- Recomendaciones previas

Asignatura: Fundamentos de Comercialización
Créditos: 6

Carácter: Obligatorio

Asignatura: Políticas Comerciales

Créditos: 6

Carácter: Obligatorio

Asignatura: Estrategia Comercial

Créditos: 6

Carácter: Obligatorio

Asignatura: Investigación de Mercados

Créditos: 6

Carácter: Obligatorio

4.- Objetivos de la asignatura

- Conocer los fundamentos básicos y los desarrollos más recientes del marketing en diferentes sectores de la actividad económica donde la gestión de marketing puede presentar peculiaridades, como el sector turístico, el financiero, el agroalimentario, el sector público e internet.
- Conocer las características diferenciadoras de dichos sectores en las 4 p's (producto, precio, distribución y comunicación) respecto al Marketing general.
- Conocer las técnicas y métodos para realizar un análisis sectorial.
- Saber hacer un análisis sectorial.
- Saber utilizar los instrumentos básicos para la toma de decisiones y la resolución de problemas planteados en el área del marketing, teniendo en cuenta las peculiaridades presentes en sectores específicos.

5.- Contenidos

- Marketing turístico
- Marketing financiero
- Marketing agroalimentario y ecológico
- Marketing social y no lucrativo
- Marketing digital
- Otros sectores de interés

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 Comercialización e Investigación de Mercados cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Administración y Dirección de Empresas.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Básicas/Generales.
Específicas.
<p>Competencias específicas de conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprender el enfoque y ámbito de decisiones del marketing en empresas de diferentes sectores (MT1, MT8) - Conocer la forma de relación entre el marketing y las demás actividades funcionales de la empresa (MT8) - Conocer la forma de segmentación y posicionamiento (MT1,MT8) - Conocer los métodos y técnicas de ayuda a la toma de decisiones en marketing (MT8) - Conocer las formas de gestión de clientes en función de sus sectores de competencia (MT8) - Conocer los aspectos básicos de relación con clientes a través de internet. (MT8) <p>Competencias específicas de habilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saber reconocer las implicaciones de los cambios en la regulación de mercados y en las políticas industriales en la toma decisiones comerciales. (MT13) - Saber establecer una adecuada cooperación entre producción y marketing en empresas industriales. (MT13) - Saber aplicar a las distintas herramientas para identificar oportunidades comerciales en pymes industriales e identificar la forma de tener éxito en las mismas. (MT13) - Saber diseñar un plan de marketing, gestionar su puesta en marcha y su seguimiento (MT13)
Transversales.

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 (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 Desarrollo de ejercicios.
- Sesiones de tutorización y seguimiento personalizado del alumno de carácter presencial – 7 horas (4,7% sobre dedicación total; 0,3 créditos) – cubre todas las competencias.
- 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		18			
Prácticas	- En aula	20			
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates					
Tutorías		2			
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos					
Otras actividades (detallar)		2			
Exámenes		3			
TOTAL		45		105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno
Marketing Estrategias de marketing sectorial. Cubillo Pinilla, José María; Blanco González, Alicia. 1 ^a ed. ISBN: 9788473569927
Marketing social corporativo. Francisco Javier Barranco Saiz. Ediciones Pirámide.
Marketing farmacéutico. Dolores María Frías Jamilena. Ediciones Pirámide.
Marketing sectorial. Principios y aplicaciones. Jaime Rivera Camino y Mencía Garcillán López-Rua, ESIC, 2014.
Marketing turístico. Antoni Serra Cantallops. Ediciones Pirámide.
Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.
Se proporcionarán al inicio del curso

10.- Evaluación

Consideraciones Generales
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 final corresponde al examen final y el 40% restante a la nota de la evaluación continua. Será necesario sacar una nota mínima de 5 sobre 10 en el examen final para superar la asignatura.
Criterios de evaluación
La evaluación de la materia se plantea de forma continua valorándose de la siguiente forma: <ul style="list-style-type: none"> - Participación activa en las sesiones prácticas en relación con la resolución y discusiones de casos prácticos. 20%. - Realización de trabajos personales y/o en grupo y exposición de los mismos 20%. - Examen final 60%
Instrumentos de evaluación
Examen final, presentación de casos prácticos o ejercicios.

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.
--

DIRECCIÓN ECONÓMICA

1.- Datos de la Asignatura

Código	103851	Plan	238	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
Área	Economía Financiera y Contabilidad (Contabilidad)				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	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 (Contabilidad)		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	008		
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, mercantil y fiscalidad
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.	Desarrollar un sistema de información contable, fiscal y mercantil externo que se adapte a la situación real y práctica de la actividad empresarial de las diversas entidades.
Perfil profesional.	Graduado en ADE

3.- Recomendaciones previas

No existen requisitos formales, pero se debe tener un conocimiento general de la estructura del Plan General Contable y haber cursado previamente las asignaturas "Sistemas de información contable", "Análisis de operaciones económicas", "Sistemas de información contable internos" y "Análisis de Estados Financieros".

4.- Objetivos de la asignatura

1. Conocer las diferentes formas de creación de empresas y su encuadramiento en el ámbito legal, fiscal y contable
2. Conocer las implicaciones de las variaciones en el patrimonio neto por aplicación de resultados, distribución de reservas o ampliación de capital, entre otros.
3. Comprender el proceso contable completo de modo que se sea capaz de realizar un análisis económico, legal y fiscal de las operaciones económicas.
4. Conocer los métodos de análisis de la información económico financiera e interpretación de los estados financieros.
5. Elaborar unos estados financieros que sirvan de soporte a los órganos colegiados de la sociedad como base para la toma de decisiones.
6. Ser capaces de liquidar y disolver una entidad cuando la situación económica de las sociedades así lo recomiende.

5.- Contenidos

1. El proceso de creación de una empresa. Incidencia del marco económico y legal sobre sus características y forma jurídica.
2. Valoración de las aportaciones y las acciones en los procesos de constitución, modificación de capital y transformación de la sociedad.
3. Valoración económica de la puesta en marcha de una sociedad.
4. El diseño de su sistema de información externo.
5. El diseño de su sistema de control de gestión.
6. Análisis económico, legal y fiscal de operaciones económicas. Rentabilidad y riesgo.
7. Incidencia económica de las variaciones del patrimonio neto. Aplicación de los resultados y generación de reservas.
8. Proceso económico y legal de generación de intangibles. Valoración y evaluación de su rendimiento.
9. Elaboración de estudios económicos para la negociación con los suministradores de factores.
10. Análisis de la incidencia de las inversiones en aspectos sociales y medioambientales y elaboración sobre responsabilidad social corporativa.
11. Proceso y evaluación de la incidencia de las decisiones sobre combinaciones de negocios.
12. Elaboración de informes económicos para los órganos colegiados de la sociedad.
13. Proceso de liquidación y disolución de una sociedad.

6.- Competencias a adquirir

Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiere las establecidas en el Modulo Contabilidad, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Administración y Dirección de Empresas.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Básicas/Generales.

Conocer el proceso económico de creación de una empresa, así como las implicaciones fiscales y legales que conlleva la elección de una forma de creación u otra. Al mismo tiempo, el alumno aprenderá que el proceso de creación de una sociedad va a obligar a la misma a seguir unas determinadas pautas que influirán en la vida de la empresa y en la evolución de su actividad económica, fiscal y contable, desde su creación a su liquidación y disolución si fuera necesario.

Específicas.
<ol style="list-style-type: none">1. Conocer el proceso económico y administrativo global de creación de una empresa, las decisiones que lo afectan y ser capaz de evaluar, informar y realizar dicho proceso.2. Conocer el marco mercantil, contable y fiscal que afectan a diferentes sociedades, además de saber aplicar las normas que regulan la valoración de las aportaciones/acciones al iniciar procesos de constitución, modificación y transformación de sociedades.3. Conocer el proceso y ser capaz de valorar económicamente la puesta en marcha de una sociedad.4. Diseñar y analizar los sistemas de información externos/internos de las sociedades.5. Analizar el significado económico, legal y fiscal de las variaciones en el patrimonio neto de las entidades, con especial relevancia en la aplicación de resultados y generación de reservas.6. Elaborar los informes económicos necesarios para la toma de decisiones de los órganos colegiados de la sociedad.7. Conocer el proceso y ser capaz de realizar la liquidación y disolución de una sociedad
Transversales.
Habilidad para el pensamiento abstracto, análisis y síntesis, para aplicar el conocimiento a situaciones prácticas, para trabajar en equipo y de forma autónoma, así como resolver un problema y encontrar soluciones a determinadas situaciones posibles, acontecidas en el entorno empresarial.

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		7			7
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos				25	25
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		3		27	30
TOTAL		45		105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno
Plan General de Contabilidad, Plan General de Contabilidad para PYMES, Código de Comercio con legislación complementaria
Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.
Archel, P, Lizárraga Dallo, F., y Sánchez Alegría, S.: <i>Estados Contables: Elaboración, análisis e interpretación</i> . Ed. Pirámide 2008
Amat, O.: <i>Análisis de Estados Financieros. Fundamentos y Aplicaciones</i> . 6ª Edición. Ed. Gestión 2000. Barcelona, 2008.
Agencia Estatal de Administración Tributaria. www.aeat.es
Portal tributario de la Junta de Castilla y León. www.jcyl.es
Derecho financiero y tributario. Lex Nova.
Se recomienda lecturas de revistas o documentos específicos

10.- Evaluación

Consideraciones Generales
Se evaluará al alumno de forma continua, teniendo en cuenta la asistencia y la participación activa en clase.
Criterios de evaluación
La asistencia del alumno a las actividades presenciales, en particular a las sesiones de carácter teórico, se plantea como obligatoria. Para poder obtener una calificación en la asignatura es necesaria tener una asistencia de al menos el 80%.
Instrumentos de evaluación
Examen final: 60 % Evaluación continua: 40%
Recomendaciones para la evaluación.
El alumno debe mostrar una actitud activa en clase, junto con la resolución y discusión de ejercicios prácticos con el objetivo de adquirir los conocimientos necesarios para la superación de la asignatura.
Recomendaciones para la recuperación.
Profundizar en aquellos conceptos que hayan supuesto dificultad.

HABILIDADES DIRECTIVAS**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103852	Plan	238	ECTS	6
Carácter	Materia optativa	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
Área	Organización de Empresas				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Jesús Galende del Canto	Grupo / s	Único
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	Edificio FES: 131		
Horario de tutorías de coordinación	Martes 10,30 a 11,30 (previa cita)		
E-mail	jgalende@usal.es	Teléfono	3009

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: Organización de Empresas Materia: Estructura y Comportamiento Organizativo
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios. La asignatura se encuentra enfocada hacia el descubrimiento, por parte del alumno, de las habilidades de tipo interpersonal y conceptual que resultan indispensables, como complemento de las meramente técnicas, para el ejercicio de la actividad directiva en la empresa
Perfil profesional. Administración y Dirección de Empresas

3.- Recomendaciones previas

No existen requisitos previos

4.- Objetivos de la asignatura

Descubrir e interesar al alumno en las habilidades, complementarias a las técnicas, que resultan básicas para alcanzar éxito a un nivel profesional (y personal)

5.- Contenidos

- Tema 1. El directivo y sus habilidades
- Tema 2. Una base donde apoyar habilidades
- Tema 3. Afrontando el trabajo diario en la empresa
- Tema 4. Gestión continua de realidades
- Tema 5. Otras habilidades específicas

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 de Organización de Empresas, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Administración y Dirección de Empresas.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Específicas

Competencias específicas de conocimiento:

1. Comprender la naturaleza del trabajo directivo en los distintos niveles de la organización y las principales destrezas y habilidades a desarrollar.
2. Valorar la importancia de la motivación, la comunicación y el liderazgo dentro de la empresa.
3. Conocer la problemática que rodea al trabajo en equipo en la empresa y los diversos aspectos que deben ser considerados para su adecuada gestión.
4. Comprender las variables básicas que deben ser manejadas en una negociación y los mecanismos también básicos de gestión del tiempo.

Competencias específicas de habilidad:

5. Mejorar la capacidad de motivación, comunicación y liderazgo.
6. Mejorar la capacidad para trabajar en equipo y para gestionarlos.
7. Mejorar la capacidad para emprender una negociación con mayor expectativa de éxito.
8. Mejorar la capacidad para planificar y priorizar actividades.

Transversales

1. Desarrollar destrezas interpersonales y de interacción
2. Desarrollar habilidad para motivar personas y dirigir hacia objetivos comunes
3. Desarrollar habilidad para trabajar en equipo
4. Desarrollar habilidad para planificar y gestionar el tiempo

7.- Metodologías docentes

- Sesión inicial introductoria, de carácter presencial, necesaria 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, y podrán tener la forma de:
 - o Discusión y resolución de cuestiones de carácter práctico.
 - o Puesta en común de casos prácticos.
 - o Debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económica.
 - o Reflexión sobre aspectos prácticos a través de la proyección de videos.
 - o Seminarios específicos de aplicación de contenidos.
 - o Presentación y defensa de trabajos y ejercicios.
 - o Puesta en acción directa a través de dinámicas de grupo.
- Actividades 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:
 - 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.
- Evaluación intermedia del trabajo del alumno, de carácter presencial, a realizar de manera continua a lo largo de la asignatura.
- Evaluación final de la asignatura, de carácter presencial, como complemento de la evaluación continua, con sus consiguientes tutorías de apoyo.
- Trabajo del alumno vinculado a la preparación y realización de la prueba de evaluación final de la asignatura, de carácter no presencial.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas presenciales dirigidas por el profesor	Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
Actividades introductorias	1	0	0,5
Sesiones teóricas	16	27	43
Sesiones prácticas	21	40	61
Actividades de tutorización	5	6	11
Prueba final	2	32	34,5
TOTAL	45	105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Acosta, J.M. (2011): Dirigir. Liderar, Motivar, Comunicar, Delegar, Dirigir Reuniones..., Esic Editorial, Madrid

Sánchez, R. (2015): Acción y Reflexión. Cómo Desarrollar el Pensamiento y las Habilidades Directivas, Esic Editorial, Madrid

Urcola, J.L. (2010): Dirigir Personas: Fondo y Formas, Esic Editorial, Madrid

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso

Acosta, J.M. (2009): Gestión Eficaz del Tiempo y Control del Estrés, Esic Editorial, Madrid

Acosta, J.M. (2011): Trabajo en Equipo, Esic Editorial, Madrid
 Covey, S.R. (2010): Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva, Paidós, Barcelona
 De Manuel, F. y Martínez-Vilanova, R. (2011): Técnicas de Negociación. Un Método Práctico, Esic Editorial, Madrid
 Erice, J. (2010): Convencer. Descubra los Secretos de los Grandes Comunicadores, Esic Editorial, Madrid
 Fisher. R., Ury, W. y Patton, B. (2012): Obtenga el Sí. El Arte de Negociar sin Ceder, Ediciones Gestión 2000, Barcelona
 Palomo, M.T. (2011): Liderazgo y Motivación de Equipos de Trabajo, Esic Editorial, Madrid
 Urcola, J.L. (2011): La Motivación Empieza en Uno Mismo, Esic Editorial, Madrid
 Durante el desarrollo de la asignatura se proporcionará material adicional complementario

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. Por tanto, aunque no es evaluable directamente, sí es recomendable una asistencia continuada a clase.		
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 los debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económica, en la reflexión sobre videos proyectados, en seminarios para la aplicación de contenidos, en la presentación y defensa de trabajos y ejercicios y en la acción directa efectuada en las dinámicas de grupo: 40%. Resulta necesaria una nota mínima de 5 sobre 10 para superar la asignatura. Dado su carácter de evaluación continua, en ningún caso es recuperable. - Prueba final de la asignatura: 60%. Resulta necesaria una nota mínima de 5 sobre 10 para superar la asignatura. Se efectuará una segunda prueba final para su eventual recuperación.		
Instrumentos de evaluación		
- Trabajo efectuado de manera continua en las sesiones prácticas. - Prueba final de la asignatura, escrita, podrá ser tipo test.		
METODOLOGIAS DE EVALUACION		
Metodología	Tipo de prueba	Calificación
Sesiones prácticas	Trabajo individual / grupo en prácticas	40 %
Sesiones teóricas y prácticas	Prueba final	60 %
	Total	100 %
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.		

PRODUCTOS FINANCIEROS**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103853	Plan	238	ECTS	6
Carácter	OPTATIVA	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
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 traves 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 VALORACIÓN, LAS ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN Y LAS POSIBILIDADES QUE OFRECEN A LOS INVERSORES O GESTORES DE CARTERA.

5.- Contenidos

TEMA 1. MERCADOS Y ACTIVOS FINANCIEROS
TEMA 2. MERCADOS MONETARIOS
TEMA 3. MERCADOS Y ACTIVOS DE RENTA FIJA
TEMA 4. MERCADOS Y ACTIVOS DE RENTA VARIABLE
TEMA 5. MERCADOS Y PRODUCTOS DERIVADOS
TEMA 6. MERCADOS FINANCIEROS INTERNACIONALES.
ANEXO I. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE ACTIVOS FINANCIEROS
ANEXO II. DIRECCIONES FINANCIERAS EN INTERNET Y FUENTES DE INFORMACIÓN.

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 Finanzas, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Administración y Dirección de Empresas.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

BASICAS:

1. Conocer la definición y las funciones de los distintos productos financieros
2. Conocer las características de los productos financieros: liquidez, riesgo y rentabilidad y su adecuación a las necesidades de gestión de la pyme.
3. Conocer los productos bancarios, tanto pasivos como activos y su papel de financiación de la actividad empresarial.
4. Conocimiento de otros productos de previsión social y de capital-riesgo básicos para la financiación.
5. Conocimiento de otras herramientas de financiación como el factoring, leasing, confirming, renting, netting, etc... básicas para la financiación de la pyme.
6. Conocimiento del proceso de titulización de activos.
7. Aproximación a la fiscalidad de los activos financieros.
8. Conocer los activos de los mercados de capitales, su definición, su forma de emisión, sus funciones, y su forma de valoración.
9. Conocer los activos del mercado monetario, su definición, su forma de emisión, sus funciones, y su forma de valoración.
10. Conocer los activos del mercado de opciones, su definición, su forma de emisión, sus funciones, y su forma de valoración. Opciones, futuros, warrants, swaps y otras formas de ingeniería financiera.

ESPECIFICAS:

1. Saber medir la liquidez, riesgo y rentabilidad de un amplio abanico de productos financieros.
2. Habilidad para elegir de entre los distintos productos financieros aquellos que sean más adecuados para la financiación de la pyme.
3. Habilidad para seleccionar productos de ahorro entre el amplio rango de productos disponibles.
4. Habilidad para comprender los procesos de emisión de títulos.
5. Habilidad para diferenciar un leasing de un renting.
6. Habilidad para saber contratar un forfaiting, un netting o un factoring.
7. Habilidad para identificar los factores que influyen en las decisiones de financiación de la pyme (bonos, capital propio, y derivados; aversión al riesgo; trade-off entre rentabilidad y riesgo; gestión de carteras y medición del rendimiento; pensiones y ahorro a largo plazo; el tratamiento fiscal del ahorro y de inversión; diversificación internacional; riesgo de cambio; objetivos y restricciones de los inversores institucionales y consejeros).
8. Habilidad para aplicar un leverage-buy-out o un management-buy-out en las situaciones precisas.

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

La metodología empleada se basa en la realización de las siguientes actividades:

- Clases magistrales en el aula para la explicación de los conceptos básicos concernientes a la materia.
- Propuesta y realización de ejercicios prácticos.
- Participación de los alumnos a través de la presentación en el aula de los trabajos propuestos que les ayudará a la comprensión y asimilación de los planteamientos teóricos, al mismo tiempo que adquieren habilidades comunicativas para el desarrollo futuro de su puesto de trabajo.
- Debates y trabajos en grupo que favorezcan el intercambio de ideas entre los alumnos de forma dinámica.
- Utilización de Studium para favorecer la participación e interactuar con el profesor fuera del aula, permitiendo la realización del fórum, debates, así como la tutorización de los trabajos.

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
BORREGO RODRIGUEZ, A.,GARCIA ESTEVEZ,P.: PRODUCTOS FINANCIEROS,PRENTICE HALL,2005
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
EXAMEN TIPO TEST
Criterios de evaluación
Instrumentos de evaluación
Recomendaciones para la evaluación.
Recomendaciones para la recuperación.

MERCADOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS

1.- Datos de la Asignatura

Código	103855	Plan	238	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
Área	Economía Financiera y contabilidad				
Departamento	Administración y economía de la empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Alvaro Jimenez Gutierrez	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la empresa		
Área	Economía Financiera y Contabilidad		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	101 edificio FES		
Horario de tutorías	Previa cita vía correo electrónico		
URL Web			
E-mail	ajimenez@usal.es	Teléfono	923.- 294500. Ext 3524

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
La asignatura de Mercados e Instituciones Financieras se encuadra dentro del módulo Áreas de Aplicación, por lo tanto irá enfocada a adquirir las competencias específicas que permitan a los alumnos aplicar los conocimientos adquiridos en asignaturas relacionadas con el área de mercados financieros para aplicarlos en el desarrollo de su actividad profesional en el ámbito de la realidad empresarial, pudiendo interpretar desde el punto de vista económico los datos y resultados obtenidos.
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Como área de aplicación el conocimiento del sistema financiero que el alumno debe adquirir en esta asignatura complementan y amplían estudios realizados en materia contable, fiscal y en general de la administración de la empresa. La asignatura tiene sentido dentro del plan de estudios dado que proporcionará al discente los conocimientos, metodologías y herramientas necesarias para la elaboración de informes adecuados teniendo en cuenta los diferentes contextos económico-empresariales, así como tomar las decisiones oportunas.
Perfil profesional.
El enfoque de la asignatura es globalizador, de tal forma que pretende dar una visión de conjunto de lo que es el ámbito del mercado financiero. Por tanto, para el desarrollo de cualquier actividad profesional dentro de una organización económica puede resultar aconsejable. En cualquier caso, la

materia será especialmente relevante para la actividad profesional si esta se desarrolla en el ámbito del mercado financiero.

3.- Recomendaciones previas

Las generales para acceder al nivel de impartición de la asignatura.

4.- Objetivos de la asignatura

Objetivos generales:

Adquirir la capacidad para analizar, diagnosticar y resolver los problemas que llevan aparejadas las actividades de carácter económico.

Desarrollar la capacidad para transmitir los conocimientos adquiridos con un lenguaje apropiado.

Saber realizar una presentación eficaz en la empresa.

Conocer y utilizar las nuevas tecnologías de la información y su aplicación en el campo de la economía y del área económico-financiera...

Gestionar la información económica disponible.

Desarrollar la capacidad para el aprendizaje autónomo de nuevos conocimientos y técnicas.

Adquirir la capacidad para trabajar y comunicarse en equipos disciplinares.

Adquirir la capacidad para adaptarse a nuevas situaciones y contextos económicos.

Objetivos específicos:

- Conocer la composición del sistema financiero mundial, haciendo especial análisis al detalle del ámbito europeo.
- Conocer las funciones, orígenes y características de las Instituciones Financieras más importantes.

5.- Contenidos

1. El Sistema Financiero Español.
2. La Sistema Financiero Europeo, Eurosistema. Zona Euro.
3. Origen, funciones del BCE y Bancos Nacionales
4. Bancos, Cajas de Ahorro y Cooperativas de Crédito.
5. Mercados de Divisas.
7. Activos y Agentes que operan en el Sistema 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 de Finanzas, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Administración y Dirección de Empresas. De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Específicas.

Competencias específicas de conocimiento:

- a.- Identificar, conocer y analizar los factores y procesos que contribuyen a la estabilidad y equilibrio empresarial.
- b.- Diferenciar y valorar los diferentes modelos estructurales que existen.
- c.- Conocer los sistemas de producción de una empresa y los indicadores de estabilidad.
- d.- Conocer la información económico-financiera básica empleada en el contexto económico.
- e.- Conocer y comprender la importancia de los indicadores económicos, como los tipos de interés y de la inflación, en la estructura y evolución empresarial

Competencias específicas de habilidad:

- a.- Saber identificar e interpretar las instituciones que conforman el sistema financiero internacional...
- b.- Saber analizar las características de los agentes y activos que operan en el sistema financiero nacional e internacional.

Transversales.

- CT- 1 Capacidad para evaluar críticamente los argumentos y adaptar la teoría a la realidad empresarial.
- CT- 2 Capacidad para utilizar las herramientas necesarias para analizar y valorar los proyectos empresariales
- CT- 3 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.
- CT- 4 Habilidades numéricas entre otras, la capacidad de manejar datos económico-financieros y otros de orden numérico.
- CT- 5 Habilidades en el uso de tecnologías de la comunicación y la información para adquirir, analizar y comunicar la información.
- CT- 6 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.
- CT- 7 Capacidades para llevar a cabo un aprendizaje independiente y autodirigido.
- CT- 8 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.
- CT- 9 Habilidad para percibir el proceso global de la toma de decisiones y buscar soluciones estratégicas.

7.- Metodologías

La metodología empleada se basa en la realización de las siguientes actividades:

- Clase magistral en el aula para la explicación de los conceptos básicos concernientes a la materia.
- Propuesta y realización de ejercicios prácticos.
- Discusión y resolución de case study relacionados con la materia impartida.
- Participación de los alumnos a través de la presentación en el aula de los trabajos propuestos que les ayudará a la comprensión y asimilación de los planteamientos teóricos, al mismo tiempo que adquieren habilidades comunicativas para el desarrollo futuro de su puesto de trabajo.

- Debates y trabajos en grupo que favorezcan el intercambio de ideas entre los alumnos de forma dinámica.
- Utilización de Studium para favorecer la participación e interactuar con el profesor fuera del aula, permitiendo la realización del fórum, debates, así como la tutorización de los trabajos.

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> <p>Manual Bisf del Asesor Financiero. Autor: Banco de Inversiones y Servicios Financieros. Editorial Mercaban. 1992</p> <p>Manual del Sistema Financiero Español. Ignacio Gonzalez Garagorri. Servicio de publicaciones del Banco de España.</p> <p>Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.</p> <p>Bibliografía complementaria:</p> <p>SUAREZ SUAREZ, A.S (2003) Decisiones optimas de Inversión y Financiación en la empresa. Pirámide. Madrid 20ª Edición.</p>

10.- Evaluación

<p>Consideraciones Generales</p> <p>La evaluación del alumno se basará por una parte en exámenes realizados sobre la base impartida y por otra en la evaluación continua, derivada de la participación, elaboración y realización de trabajos.</p>
<p>Criterios de evaluación</p> <p>Se trata de un sistema de evaluación continua donde se pretende valorar tanto el trabajo del alumnos a lo largo del cuatrimestre, como la prueba / examen final.</p> <p>Dado el carácter de evaluación continua, la participación en las aulas se tendrá en consideración.</p> <p>El 35% de la nota final corresponderá a la evaluación continua:</p> <p>Casos prácticos/Controles/realizados aleatoriamente al finalizar las clases)/ejercicios propuestos/participación del alumno en clases, debates, etc...La nota de evaluación continua se dará a conocer a los alumnos antes del examen y es necesario superar la nota mínima de 4 sobre 10 para compensar con la otra parte de la evaluación.</p> <p>La prueba final será el 65% de la nota final, siendo necesario obtener una nota mínima de 4 sobre</p>

10 para superar la asignatura.

Instrumentos de evaluación

Examen teórico – práctico
Caso práctico valoración proyecto real.
Exposición oral
Intervención en clase

Recomendaciones para la evaluación.

Se recomienda la asistencia activa a todas las clases y la participación en los casos prácticos y exposiciones para una completa adquisición de las competencias exigidas.

Recomendaciones para la recuperación.

Se realizará un examen de recuperación en la fecha prevista en la planificación docente. Para la recuperación de las partes de la evaluación continua que el profesor estime recuperables, se establecerá un proceso personalizado a cada estudiante.

OPERACIONES SOCIETARIAS**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103856	Plan	238	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
Área	Economía Financiera y Contabilidad				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:				
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	M. Isabel González Bravo	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Economía Financiera y Contabilidad		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	127		
Horario de tutorías			
URL Web			
E-mail	lola@usal.es	Teléfono	Ext 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 la aplicación de las normas que regulan el proceso de fundación de una sociedad y su tratamiento contable así como la aplicación de las normas que regulan la valoración y el reflejo contable de las aportaciones y las acciones en los procesos de constitución, ampliación de capital, reducción del capital y transformación de la sociedad.
Perfil profesional.	Grado Administración y Dirección de Empresas

3.- Recomendaciones previas

Es recomendable haber superado las siguientes asignaturas dentro del Plan de Estudios: Es recomendable haber superado las siguientes asignaturas dentro del Plan de Estudios:
Asignatura: Sistema de Información Contable

Asignatura: Análisis de Operaciones económicas
 Asignatura: Análisis de Estados Financieros
 Asignatura: Derecho Civil
 Asignatura: Derecho Mercantil
 Asignatura: Derecho tributario
 Asignatura: Combinaciones de negocios

4.- Objetivos de la asignatura

- **Fundación** de una sociedad. Valoración y reflejo contable de las aportaciones y las acciones en los procesos de constitución, ampliación de capital, reducción del capital y transformación de la sociedad.
- Aspectos relativos a la aplicación de resultados y reparto de dividendos.
- Análisis de las formas de financiación de una empresa, con especial atención a la emisión de empréstitos, así como otras formas de obtención de recursos.
- Análisis de los procesos de fusión empresarial y su tratamiento contable.
- Valoración y el reflejo contable de los negocios sobre **acciones propias**.
- Análisis, valoración y tratamiento contable de las situaciones recogidas en la Ley Concursal. **Concurso y quiebra**.
- Análisis, valoración y tratamiento contable de la **liquidación y disolución** de una sociedad.

5.- Contenidos

Los siguientes bloques se corresponden con la estructura básica de la asignatura. Todos ellos serán desarrollados en parte teórica y práctica.

1. Sociedad Anónima y Limitada. Patrimonio y Acciones.
2. Proceso de Constitución de la sociedad.
3. Ampliación y6 reducción de capital.
4. Aplicación del resultado. Reparto de dividendos.
5. Mecanismos de Financiación ajena.
6. Fusiones y combinaciones de negocio.
7. Procesos concursales.
8. Impuesto de sociedades.

6.- Competencias a adquirir

Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiere las establecidas en el Modulo Contabilidad cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Administración y Dirección de Empresas:
 De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Competencias específicas de conocimiento:

1. Conocer la aplicación de las normas que regulan el proceso de fundación de una sociedad y su tratamiento contable.
2. Conocer la aplicación de las normas que regulan la valoración y el reflejo contable de las aportaciones y las acciones en los procesos de constitución, ampliación de capital, reducción del capital y transformación de la sociedad.
3. Conocer la aplicación de las normas que regulan la valoración y el reflejo contable de otros componentes del patrimonio neto, tales como resultados, reservas, etc.
4. Conocer el tratamiento contable del Impuesto de Sociedades y el proceso de conciliación contable que permite el cálculo del gasto por el Impuesto de Sociedades del ejercicio y su reflejo contable.
5. Conocer el efecto económico de las diferencias entre las normas fiscales y contables en el tratamiento de las operaciones económicas.
6. Conocer la aplicación de las normas que regulan la valoración y el reflejo contable de los negocios sobre acciones propias.
7. Conocer la aplicación de las normas que regulan la valoración y el reflejo contable de los empréstitos de obligaciones.
8. Conocer las normas, el proceso y los métodos de valoración aplicables en el tratamiento contable

<p>de las fusiones de empresas.</p> <p>9. Conocer las normas, el proceso y los métodos de valoración aplicables en el tratamiento contable de las escisiones de sociedades.</p> <p>10. Conocer las normas, el proceso y los métodos de valoración aplicables en el tratamiento contable de las situaciones recogidas en la Ley Concursal.</p> <p>11. Conocer las normas, el proceso y los métodos de valoración aplicables en el tratamiento contable de la liquidación y disolución de una sociedad.</p> <p>Competencias específicas de habilidad:</p> <p>1. Saber realizar la valoración económica y el reflejo contable de otros componentes del patrimonio neto, tales como resultados, reservas, etc.</p> <p>2. Saber determinar y reflejar contablemente el gasto por el Impuesto de Sociedades del ejercicio, controlando el efecto económico de las diferencias entre las normas fiscales y contables en el tratamiento de las operaciones económicas.</p> <p>3. Saber realizar la valoración económica y el reflejo contable de los negocios sobre acciones propias, la emisión de empréstitos de obligaciones.</p> <p>4. Saber realizar la valoración económica, fiscal y el reflejo contable de los procesos de fusión y escisión en las sociedades.</p> <p>5. Saber determinar la masa activa y la masa pasiva en el concurso de sociedades y realizar las actuaciones profesionales recogidas en la Ley Concursal.</p> <p>6. Saber reflejar contablemente las fases de convenio y liquidación del concurso de sociedades.</p> <p>7. Capacidad para realizar y reflejar contablemente los procesos la disolución y liquidación de sociedades.</p> <p>8. Saber valorar los procesos de intercambio y canje de acciones, así como valor de emisión en los procesos de fusión y combinación.</p>

7.- Metodologías docentes

- Trabajo autónomo del alumno sobre los contenidos teóricos de los bloques.
- Sesiones presenciales para profundización en los contenidos teóricos y solventar dudas de los alumnos en los materiales visualizados.
- Sesiones prácticas con trabajo grupal de cada uno de los bloques.
- Tutorías planificadas.
- Exámenes de los conocimientos adquiridos.

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		15		20	35
Prácticas	- En aula	20		48	68
	- 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				10	10
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		3		27	30
TOTAL		45		105	150

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno
SE utilizarán las fuentes originales legislativas que regulan los procesos a los que puede enfrentarse una empresa, en especial, Ley de sociedades de capital, para todas las empresas a las que sea de aplicación. Todas las fuentes de consulta y referencias serán puestas a disposición de los alumnos a través de la plataforma Studium para su acceso.
Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales
La evaluación continua se realizará a través de la resolución de situaciones prácticas en las sesiones correspondientes de la asignatura, por lo que la asistencia se plantea como obligatoria, al menos, en los requisitos mínimos para superar esta parte de la evaluación.
Criterios de evaluación
Trabajo del alumno: Resolución de los casos en los grupos establecidos. Examen final: Teórico y práctico. Es condición indispensable para superar la asignatura, tener superadas las dos partes anteriores por separado.
Instrumentos de evaluación
Asistencia a clase, elaboración de trabajos en equipo y prueba teórico/práctica.
Recomendaciones para la evaluación.
Se recomienda el seguimiento continuado de los contenidos de la asignatura, en especial aquellos que se ponen a disposición de los alumnos por adelantado para que preparen las dudas y dificultades que tengan sobre cada sesión.
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.

Regulación de mercados

1.- Datos de la Asignatura

Código	103857	Plan	238	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
Área	Economía Aplicada				
Departamento	Economía Aplicada				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium y google classroom			
	URL de Acceso:	studium.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Pedro Calero Pérez	Grupo / s	único
Departamento	Economía Aplicada		
Área	Economía Aplicada		
Centro	Facultad de Derecho		
Despacho	132		
Horario de tutorías	Martes miércoles de 10 a12		
URL Web			
E-mail	pcalero@usal.es	Teléfono	1683

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

Bloque formativo al que pertenece la materia	Economía del Sector Público.
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.	Formación intermedia en Economía Industrial y de la regulación
Perfil profesional.	Administración y dirección de empresas.

3.- Recomendaciones previas

Resulta recomendable haber superado las asignaturas de Economía Española, Microeconomía I,

Microeconomía II y Economía Pública y Sistema Fiscal..

4.- Objetivos de la asignatura

El objetivo principal de esta asignatura es que el estudiante de Administración y Dirección de Empresas disponga de suficientes conceptos y herramientas de análisis para comprender las razones normativas y positivas de la actuación del sector público en una economía de mercado a través del mecanismo regulatorio, sus límites, alcance y extensión, así como la valoración de sus efectos desde el punto de vista asignativo y distributivo.

El programa de la asignatura se orienta y desarrolla de manera que el estudiante aumente su capacidad crítica y comprensión acerca de los condicionantes económicos e institucionales en los que se enmarca la actividad regulatoria del sector público. También se pretende que el estudiante sea capaz de identificar, localizar y analizar autónomamente las fuentes principales de información estadística y normativa en la materia..

5.- Contenidos

1. Competencia, monopolio y poder de mercado.
2. Teoría de juegos y teoría del oligopolio.
3. Regulación económica: principios, historia y métodos.
4. Precios óptimos.
5. Regulación antitrust
6. Fusiones: Efectos sobre la competencia y regulación
7. Publicidad.
8. Subastas y redes.

6.- Competencias a adquirir**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 ADE.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Las competencias específicas y transversales desarrolladas en esta asignatura son las siguientes:

Específicas**Básicas/Generales**

- Aplicar conocimientos adquiridos y resolver problemas complejos desde miradas, perspectivas y enfoques disciplinares diversos.
- Integrar conocimientos a través del análisis crítico, comparado y de síntesis sobre la realidad de los mercados.
- Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Continuar de forma autónoma el proceso de aprendizaje sobre la realidad de los mercados concentrados
- Exponer públicamente los conocimientos adquiridos.
- Trabajar en grupo con otros estudiantes.

- C.1 Identificar y anticipar problemas económicos relevantes en relación con la asignación de recursos y la distribución de la renta.
- C. 2 Evaluación de resultados de distintas estructuras de mercados
- C.5 Emitir informes de asesoramiento económico.
- C.8 Identificar las fuentes de información económica relevante, su contenido y limitaciones
- C.9 Entender el origen y funcionamiento de las instituciones y sus efectos sobre la economía.
- C.10 Derivar de los datos información relevante y no aparente.
- C.20 Desarrollar habilidades de pensamiento abstracto

Transversales.

- C. 23 Capacidad de aprendizaje autónomo
- C.24 Capacidad de adaptación a nuevas situaciones. Capacidad de adaptar sus conocimientos a nuevas situaciones.
- C.25 Capacidad para desarrollar la crítica científica y la autocrítica
- C. 26 Creatividad

7.- Metodologías docentes

La docencia se basa en tres estrategias complementarias: (1) clases magistrales en las que se desarrollarán los elementos teóricos centrales de la asignatura, (2) clases prácticas en donde se trabajarán aspectos específicos de la asignatura, frecuentemente mediante la resolución de problemas o comentario de textos, con una participación más activa de los alumnos, (3) realización de trabajos escritos sobre la realidad de los mercados en el caso español.individualmente.

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		21		41	62
Prácticas	- En aula	14		14	28
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates					
Tutorías		2		4	5
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos		5	10	28	43
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		3		12	15
TOTAL		45	10	95	150

NOTA: "Otras actividades" engloba tutorías individuales sin programar, sesiones grupales de resolución de exámenes, sesiones grupales de preparación de exámenes y otras actividades que fuera necesario organizar para la correcta adquisición de competencias.

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

Cabral L. (1997) : *Economía Industrial*, McGraw Hill, Madrid
 Church, J. and Ware, R (2000) *Industrial Organization: A Strategic Approach*
 Lasheras, M.A. (1999): *La Regulación Económica de los Servicios Públicos*, Ariel Economía.
 Pepall; L, Richard D.-y Norman. G (2014) *Industrial Organization*. Wiley . Oxford 5E
 Stephen M. (1994) *Industrial economics*, MacMillan, New York.
 OECD *Glossary of Industrial economics and competition law*.

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

La bibliografía específica de cada tema así como literatura adicional y actualizada será facilitada por el profesor.

10.- Evaluación**Consideraciones Generales**

La evaluación de la asignatura en convocatoria ordinaria se basará en la calificación del examen final, que se verá completada (con un peso de hasta un 40 %) por el trabajo realizado a lo largo del curso por el alumno así como la exposición y explicación del mismo.

Instrumentos de evaluación

El examen podrá combinar preguntas de tipo ensayo con preguntas de carácter puntual, que se podrán referir tanto a la parte teórica como a la parte práctica del programa de la asignatura. Además del conocimiento de los contenidos que forman parte del programa formativo, se valorará en la evaluación la capacidad de elaborar argumentos sobre la base de las cuestiones tratadas en el curso, la habilidad para relacionar conceptos y la claridad expositiva

Criterios de evaluación

La evaluación valorará especialmente la comprensión de la asignatura por parte del estudiante, su capacidad para relacionarla con el contexto de la realidad, la profundidad en la búsqueda de información y en la defensa de los razonamientos, la rigurosidad en la aplicación de los conocimientos y el esfuerzo realizado

Recomendaciones para la evaluación.

Los objetivos de la asignatura hacen recomendable un trabajo continuo del estudiante para el seguimiento de la misma.

Recomendaciones para la recuperación.

La evaluación de la asignatura en la convocatoria de recuperación se basará en los mismos criterios e instrumentos que en la convocatoria ordinaria..

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO

1.- Datos de la Asignatura

Código	103858	Plan	238	ECTS	6
Carácter	Optativo	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
Área	Organización de Empresas				
Departamento	Administración y Economía de la empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	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	Lunes a Viernes de 18 a 21 horas		
URL Web	http://Studium.usal.es		
E-mail	mpereda@usal.es	Teléfono	3524

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Procesos Organizativos
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Resaltar la importancia del recurso información en el funcionamiento y gestión de las organizaciones y su influencia en el desarrollo de ventajas competitivas. Dar a conocer los distintos tipos de sistemas y tecnologías de la información
Perfil profesional.
Administración y Dirección de Empresas

3.- Recomendaciones previas

Diseño organizativo, Dirección Estratégica
--

4.- Objetivos de la asignatura

El objetivo general de la asignatura es que el alumno conozca y comprenda la base de la gestión del conocimiento y del sistema de información de la empresa.

Al terminar la asignatura el alumno será capaz de:

1. Conocer y comprender las diversas actividades relacionadas a la Gestión del Conocimiento.
2. Identificar, comprender y aplicar las diversas herramientas de Sistemas de Información.
3. Analizar el entorno empresarial, facilitar el trabajo en equipo, mejorar la capacidad de comunicación en grupo y posibilitar la integración de información de las diferentes áreas de la empresa.
4. Facilitar la toma de decisiones estratégicas, tácticas y operacionales.

5.- Contenidos

Tema 1: La Evolución del papel de los Sistemas y Tecnologías de la Información en las Organizaciones.

Tema 2: Mercados, Organizaciones y Conocimiento

Tema 3: Proceso de Dirección Estratégica de SI/TI

Tema 4: Análisis de Factibilidad de la Estrategia en Sistemas de Información

Tema 5: Estrategias para la Gestión del Conocimiento

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

Básicas/Generales.

1. Comprender la importancia del recurso información en el funcionamiento y gestión de las organizaciones
2. Comprender el papel de la información en el diseño de sistemas de control e incentivos, el uso de estructuras organizativas alternativas, la evolución de las prácticas de cooperación entre empresas, etc.
3. Conocer la evolución histórica de los sistemas de información y su desarrollo como herramienta para la gestión de la empresa.
4. Conocer los distintos tipos de sistemas y tecnologías de la información
5. Comprender la importancia de la gestión de la información y el conocimiento como generadores de ventaja competitiva.

6. Conocer el proceso de Dirección Estratégica de los Sistemas y Tecnologías de la Información y el Conocimiento.

Transversales.

Específicas.

7. Saber realizar un diagnóstico de las necesidades de información en función de los objetivos estratégicos, de los condicionantes del entorno (general, sectorial) y de los recursos y capacidades de la organización.

8. Saber analizar el conjunto de procesos que aportan valor en la organización y comprender las necesidades informativas de los mismos.

9. Saber realizar un análisis de factibilidad de estrategias en materia de SI/TI en función de su impacto en: La estructura organizativa, El capital social, Los intereses de los distintos stakeholders, La posible destrucción de capacidades, etc.

Instrumentales:

10. Capacidad de análisis y síntesis
11. Capacidad de organización y planificación
12. Comunicación oral y escrita en la lengua nativa
13. Capacidad de gestión de la información

Personales:

14. Trabajo en equipo y Habilidades en la relaciones interpersonales
15. Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad
16. Razonamiento crítico
17. Compromiso ético

Sistémicas:

18. Aprendizaje autónomo
19. Adaptación a nuevas situaciones
20. Creatividad

7.- Metodologías docentes

Clases Teóricas:

Sesión magistral. (0,6 Créditos), Competencias relacionadas 1-6

Seminarios y prácticas:

Debates: Actividad donde dos o más grupos defienden posturas contrarias sobre un tema determinado.

Exposiciones: Presentación oral por parte de los alumnos de un tema o trabajo.

Seminarios: Trabajo en profundidad sobre un tema. Ampliación de contenidos de sesiones magistrales (0.8 Créditos) Competencias relacionadas: 2,6,7,8 y 9

Trabajo Personal:

Preparación de trabajos: Estudios previos: búsqueda, lectura y trabajo de documentación

Trabajos

Estudio de casos: Planteamiento de un caso donde se debe dar respuesta a la situación planteada

Foros de discusión: A través de TIC, se debaten temas relacionados con el ámbito académico y/o profesional.

(2.9 Créditos) Competencias relacionadas: Todas

Trabajo Tutorizado:

Tutorías.

Actividades de Seguimiento on-line

(0.5 Créditos) Competencias relacionadas: Todas

Prueba final/Examen: (1.2 Créditos) Competencias relacionadas: Todas

--

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		71.4	
Prácticas	- En aula	20			
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates					
Tutorías		1		12.6	
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos					
Otras actividades (detallar)					
Exámenes				30	
TOTAL		36		114	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno
Gestión del conocimiento del mito a la realidad, Domingo Valhondo, 2003, Diaz de Santos. Gestión del Conocimiento. Anselmo del Moral y otros, 2007, Paraninfo. Gestión del Conocimiento. Santillán de la Peña, 2010. Netbiblo.
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
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. 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.
Criterios de evaluación
Instrumentos de evaluación
Las pruebas de evaluación continua se compondrán de: •Casos prácticos •Discusiones en el aula •Dinámicas de grupo
Recomendaciones para la evaluación.

Recomendaciones para la recuperación.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA EMPRESA**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103859	Plan	238	ECTS	6
Carácter	OPTATIVO	Curso	4º	Periodicidad	2º Semestre
Área	Fundamentos del Análisis Económico				
Departamento	Economía e Historia Económica				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	http://studium.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Fernando E. Almaraz Menéndez	Grupo / s	único
Departamento	Economía e Historia Económica		
Área	Fundamentos del Análisis Económico		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	203		
Horario de tutorías	Previa cita por e-mail		
URL Web	http://diarium.usal.es/falmaraz/		
E-mail	falmaraz@usal.es	Teléfono	3513

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
La asignatura pertenece a la materia "Matemáticas y TIC" incluida dentro del Módulo "Fundamentos económicos, métodos cuantitativos y TIC para la administración de empresas".
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
La asignatura pretende dar una visión general de la aportación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) a la administración de las empresas. Se incluye en el plan de estudios porque, en la actualidad, las TIC son una herramienta fundamental en la gestión empresarial y los administradores de empresas deben estar familiarizados con el papel que juegan estas tecnologías en la estrategia y operativa de cualquier empresa.
Perfil profesional.
La asignatura tiene una orientación práctica hacia el desempeño de la carrera profesional ya que, independientemente del sector en el que vayan a desarrollar en el futuro su carrera profesional, los graduados en ADE van a tener que tomar decisiones sobre diferentes aspectos relacionados con las TIC: selección de inversiones tecnológicas, optimización de procesos mediante TIC, organización de

la función informática en la empresa, etc.

La asignatura sirve también como presentación y formación inicial de un tipo de perfil profesional específico, a medio camino entre la gestión y la tecnología: el consultor funcional TIC.

3.- Recomendaciones previas

Ninguna

4.- Objetivos de la asignatura

1. Comprender los principios de ingeniería de las tecnologías de información y enlazarlos con el conocimiento empresarial.
2. Comprender los diferentes tipos de aplicaciones tecnológicas actuales que sirven de soporte al sistema de valor de la empresa.
3. Comprender el proceso de diseño e implantación de sistemas de información basados en tecnologías de información.
4. Identificar el área funcional de tecnologías de la información dentro de una organización.

5.- Contenidos

Temas de teoría

- 1.- Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
- 2.- Sistemas integrados de gestión (ERP)
- 3.- Sistemas de gestión de la cadena de suministro (SCM)
- 4.- Sistemas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM)
- 5.- Internet y la empresa: sitio web corporativo, redes sociales y comercio electrónico
- 6.- Seguridad de la información
- 7.- La gestión de los sistemas y tecnologías de la información en la empresa

Casos prácticos

- a.- Básicos de programación informática.
- b.- Conceptos fundamentales de bases de datos: diseño y desarrollo de un caso.
- c.- Identidad Digital: creación de un blog personal.
- d.- Comercio electrónico: desarrollo de una tienda virtual.

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 ADE.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

<p>Básicas/Generales.</p> <p>D.1. El estudiante debe demostrar que posee y comprende conocimientos sobre la aplicación de las TIC a la administración de empresas, que se encuentran a un nivel de libros de textos avanzados y además incluye algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el campo de las TIC para la empresa.</p> <p>D.2. El estudiante debe saber aplicar sus conocimientos a su trabajo en el campo de las TIC aplicadas a la administración de empresas, siendo capaz de elaborar y defender argumentos y resolver problemas de implantación y gestión de tecnologías de la información en el ámbito empresarial.</p> <p>D.3. El estudiante debe ser capaz de reunir e interpretar datos relevantes del campo de la aplicación de las TIC a la administración de empresas para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</p> <p>D.4. El estudiante debe ser capaz de transmitir información, ideas, problemas y soluciones en el campo las TIC para la administración de empresas a un público tanto especializado como no especializado.</p> <p>D.5. El estudiante debe desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender, con un alto grado de autonomía, estudios de postgrado especializados en la aplicación de las TIC a la gestión empresarial.</p>
<p>Específicas.</p> <p>E.15. Capacidad para comprender los principios de ingeniería de las tecnologías de información y enlazarlos con el conocimiento empresarial.</p> <p>E.14. Capacidad para comprender los diferentes tipos de aplicaciones tecnológicas actuales y futuras que sirven de soporte al sistema de valor de la empresa.</p> <p>E.5. Capacidad para comprender el proceso de diseño e implantación de sistemas de información basados en tecnologías de información.</p> <p>E.9. El estudiante debe ser capaz de identificar el área funcional de tecnologías de la información dentro de una organización.</p> <p>E.4. Capacidad para identificar y manejar el software adecuado para la administración de empresas.</p> <p>Capacidad para participar y gestionar proyectos de implantación de tecnologías de la información, que ayuden a individuos, grupos y organizaciones a cumplir sus objetivos.</p>
<p>Transversales.</p> <p>F2. Habilidad para aplicar el conocimiento en situaciones prácticas</p> <p>F7. Destrezas en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.</p> <p>F19. Habilidad para comunicar con expertos de otros campos.</p> <p>F22. Habilidad para el trabajo autónomo.</p> <p>F23. Habilidad para diseñar y gestionar proyectos.</p> <p>F24. Compromiso con la seguridad</p> <p>F25. Espíritu de empresa, habilidad para adoptar iniciativas</p> <p>F28. Determinación y perseverancia en las tareas y responsabilidades asumidas.</p>

7.- Metodologías docentes

La asignatura requiere una dedicación media del alumno de 150 horas (6 ECTS). De estas horas, 40 (27% del total) corresponden a dedicación presencial o interacción obligatoria con el profesor. Las 110 horas restantes (73% del total) corresponden a trabajo por parte del alumno.

Las actividades formativas durante las semanas lectivas (segundo semestre) serán:

- Sesiones teóricas/magistrales de carácter presencial
- Debates de casos prácticos en el aula presencial
- Sesiones prácticas en el aula de informática de carácter presencial
- Sesiones de tutorización de carácter presencial

- Trabajo del alumno ligado a sesiones teóricas/prácticas/tutorización de carácter no presencial

Adicionalmente, la asignatura requiere una dedicación del alumno durante el periodo de exámenes (3 últimas semanas del semestre) de carácter tanto presencial como no presencial de 30 horas y 3 horas más para la realización del examen.

Se utilizará el Entorno Virtual de Enseñanza Aprendizaje de la USAL, Studium, como herramienta para seguir la asignatura. Dicho entorno contendrá todos los materiales de la asignatura, servirá de punto de encuentro de todos los participantes y permitirá realizar actividades on-line evaluables.

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			
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática	14		28
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates	7		7	14
Tutorías	2		4	6
Actividades de seguimiento online			3	3
Preparación de trabajos			10	10
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	3		30	33
TOTAL	40		110	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Gómez Vieites, A.; Suárez Rey, C. (2011): Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial (4º ed.). Editorial Ra-Ma Empresa.

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

Laudon, K.; Laudon, J.(2013): Management Information Systems (13th Edition). Pearson Education.

Sieber, S.; Valor, J.; Porta, V.(2006): Los sistemas de Información en la empresa actual. Aspectos estratégicos y alternativas tácticas.

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.

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.

Criterios de evaluación

Se evaluará el grado en que los estudiantes han adquirido las competencias descritas. El 40% de la nota final corresponde a la evaluación continua. El restante 60% se obtiene en la prueba o examen final.

Instrumentos de evaluación

Evaluación continua. Esta nota se contabilizará a partir de:

- Casos prácticos.
- Actividades on-line
- Desarrollo de proyectos de software.
- Participación del alumno en clase, debates, etc.

La nota de la evaluación continua se dará a conocer a los alumnos antes del examen y es necesario superar la calificación mínima de 4 sobre 10 para superar la asignatura.

Prueba final. Consta de un examen teórico y también un examen práctico en el aula de informática. Será necesario obtener una nota mínima de 4 sobre 10 en la prueba final para poder superar la asignatura.

Recomendaciones para la evaluación.

Se recomienda realizar un seguimiento semanal de la asignatura dedicándole una media de seis horas semanales de trabajo autónomo, además de la asistencia obligatoria a las clases.

Recomendaciones para la recuperación.

La recuperación consiste en un examen similar a la prueba final de curso que aporta un 60% de la nota final de la recuperación. El otro 40% proviene de la nota obtenida durante las semanas lectivas en las actividades de evaluación continua. Esta nota de evaluación continua no puede mejorarse en el espacio que va entre el examen final y el examen de recuperación, por lo que, como se indica en el párrafo anterior, la mejor estrategia para superar la asignatura es mantener una dedicación constante a ella durante las semanas lectivas del cuatrimestre.