

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Curso Primero

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Sociología	CÓDIGO	GADEMP01-1-001
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Formación Básica	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Alonso Domínguez Ángel	alonsodangel@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Alonso Domínguez Ángel	alonsodangel@uniovi.es		
GUILLEN RODRIGUEZ ANA MARTA	aguillen@uniovi.es	(English Group)	
González Begega Sergio	gonzalezsergio@uniovi.es	(English Group)	
GONZALEZ MENENDEZ MARIA DEL CARMEN	m.gonzalez@uniovi.es	(English Group)	
Blanco Prieto Antonio	blancoantonio@uniovi.es		
SANCHEZ BRAVO-VILLASANTE FERNANDO	fsanchez@uniovi.es		
Fonseca Álvarez Manuel	mfonseca@uniovi.es		

2. Contextualización

Es una asignatura de formación básica común para todos los Grados en el campo de las ciencias económicas y de la empresa, correspondiente al módulo de Análisis histórico y social y a la materia Sociología. Tiene un carácter introductorio al conocimiento de los conceptos, las teorías y las metodologías que componen la perspectiva sociológica, así como algunas de las dimensiones y procesos básicos de las sociedades contemporáneas, con referencia especial a la sociedad española.

3. Requisitos

No tiene requisitos previos diferentes a los propios del acceso a la titulación

4. Competencias y resultados de aprendizaje

La asignatura está orientada al desarrollo de las competencias que mejoran las capacidades de análisis y de síntesis, el aprendizaje autónomo y la comunicación fluida, tanto escrita como oral. El conocimiento de la perspectiva sociológica contribuirá a un mejor reconocimiento de la importancia de los valores de democracia e igualdad de oportunidades en el desarrollo de las sociedades contemporáneas.

En un sentido más específico, esta asignatura debe proporcionar un marco de conocimientos y competencias necesario para la comprensión del entorno social en el que se desenvuelven los comportamientos y las instituciones económicas

Como resultados del aprendizaje, cada estudiante deberá conocer un conjunto de conceptos, teorías y metodologías sociológicas, así como aplicar ese conjunto de conocimientos a la comprensión de las dimensiones y las dinámicas básicas de las sociedades contemporáneas. Además, el alumnado deberá poder aplicar críticamente la perspectiva sociológica para analizar problemas y proponer ideas que mejoren el funcionamiento de empresas y organizaciones.

5. Contenidos

El programa de la asignatura 'Sociología' está dividido en dos bloques, estando compuesto el primero de cuatro temas y el segundo de tres temas.

Bloque 1

1. La perspectiva sociológica: enfoques teóricos
2. Métodos de investigación social
3. Los fundamentos macrosociales: sociedad y cultura
4. Los fundamentos microsociales: socialización, interacción e identidad

Bloque 2

5. Desigualdades sociales y estratificación
6. Organizaciones y trabajo
7. Política, gobiernos y movimientos sociales

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de la asignatura 'Sociología' se ajusta a los criterios establecidos por los nuevos grados a través de la combinación de actividades de carácter teórico (clases expositivas) y práctico (prácticas de aula).

El plan de trabajo de la asignatura prevé la realización de actividades formativas de carácter presencial y no presencial.

Las actividades formativas presenciales tendrán una duración de 56 horas, con la siguiente distribución:

1) Clases expositivas de carácter teórico, en sesiones de regularidad semanal con una duración de 1,75 horas. En ellas, el profesorado transmitirá los conceptos teóricos básicos, la terminología propia del análisis sociológico y las pautas de comprensión de los grandes procesos y estructuras de la sociedad, procurando fomentar la reflexión crítica sobre los mismos.

2) Prácticas de aula, en sesiones de regularidad semanal con una duración de 1,75 horas y en grupos reducidos. En ellas, y a través de la implicación activa del alumnado en las actividades propuestas por el profesorado se reforzarán y complementarán los contenidos teóricos facilitados en las clases expositivas a través de un aprendizaje activo, tanto individual como en grupo, y de la utilización de instrumentos como comentarios de textos y análisis de datos cualitativos y cuantitativos para el análisis de fenómenos sociales y el debate en torno a su interpretación.

3) Sesiones de evaluación, con una duración de tres horas, en las fechas previstas por el calendario académico oficial.

Por su parte, las actividades formativas no presenciales de la asignatura 'Sociología' tendrán una duración de 90 horas.

La actividad académica no presencial supone el 60% del tiempo total que deberá dedicar cada estudiante para superar la asignatura 'Sociología'. Dicha actividad académica de carácter no presencial será trabajo autónomo por parte del alumnado para la preparación y revisión de las actividades realizadas en las prácticas de aula, el desarrollo de los trabajos individuales y de grupo, el estudio y preparación de las sesiones de evaluación y el manejo de los recursos bibliográficos, documentales, audiovisuales y electrónicos relacionados con la asignatura. La preparación de las prácticas de aula exige, también, por parte de cada estudiante un tiempo de trabajo de lectura previa y revisión posterior de los materiales relacionados con dichas prácticas.

Temas	Horas totales	<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>	<i>Sesiones de Evaluación</i>	Total	<i>Trabajo autónomo</i>	Tot:
Tema 1	21	4	4		8	13	13
Tema 2	21	4	4		8	13	13
Tema 3	21	4	4		8	13	13
Tema 4	21	4	4		8	13	13
Tema 5	21	4	4		8	13	13
Tema 6	21	4	4		8	13	13
Tema 7	20	4	4		8	12	12
EVALUACIÓN	4			4	4		
Total horas	150	28	28	4	60	90	90

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7	60
	Práctica de aula	28	18,7	
	Sesiones de evaluación	4	2,6	
No presencial	Trabajo Individual	90	60	90

	Total	150		
--	-------	-----	--	--

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumnado de la asignatura 'Sociología' se realizará a través de una serie de instrumentos de evaluación que, para quienes sigan el sistema de evaluación continua, serán los siguientes:

- 1) prueba final de carácter escrito
- 2) prácticas de aula y tareas a realizar en casa y presentar en clase

A continuación se detallan algunos aspectos de interés para el alumnado, relacionados con la evaluación:

1) la prueba final escrita representa hasta un 60% de la calificación final. En ella se valorarán, además de los conocimientos de los alumnos/as en torno a los contenidos teóricos y de aplicación práctica de la asignatura, la actitud crítica, madurez y corrección formal, incluyendo el empleo adecuado de la terminología propia de la asignatura, el orden expositivo, la presentación y la coherencia del discurso escrito y el cuidado de la sintaxis y de la ortografía. En esta prueba es necesario obtener, como mínimo, la mitad de la puntuación (30%) para que se tenga en cuenta la nota alcanzada en la evaluación continua.

2) las prácticas de aula y las tareas evaluables exigen la participación continua y activa por parte del alumnado y representarán un 40% de la nota final. Es necesario obtener, como mínimo, la mitad de la puntuación (20%) para que se tenga en cuenta la nota alcanzada en la evaluación continua.

Un 20% de la nota de prácticas se obtendrá con un test al final de los cuatro primeros temas del programa.

El 20% de la nota restante se obtendrá por seguimiento activo y participación en clase y a través de la entrega y superación de las tareas sugeridas por el profesor/a.

3) Quien cuente con más del 20% de faltas de asistencia perderá el derecho a la evaluación continua.

Para la evaluación en convocatorias extraordinarias, se mantendrán los criterios de evaluación de las convocatorias ordinarias.

La evaluación del alumnado en régimen de dedicación a tiempo parcial-evaluación diferenciada consistirá en una prueba final de carácter teórico y práctico.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Para superar la asignatura 'Sociología', y como apoyo a los contenidos teóricos expuestos en clase y a la aplicación de los mismos en las prácticas de aula, cada estudiante deberá familiarizarse y manejar una serie de referencias de carácter fundamental o básico. La orientación y contenidos de estas referencias para la asignatura 'Sociología' se ajustan al programa expuesto en el apartado 4. Como referencias básicas se proponen:

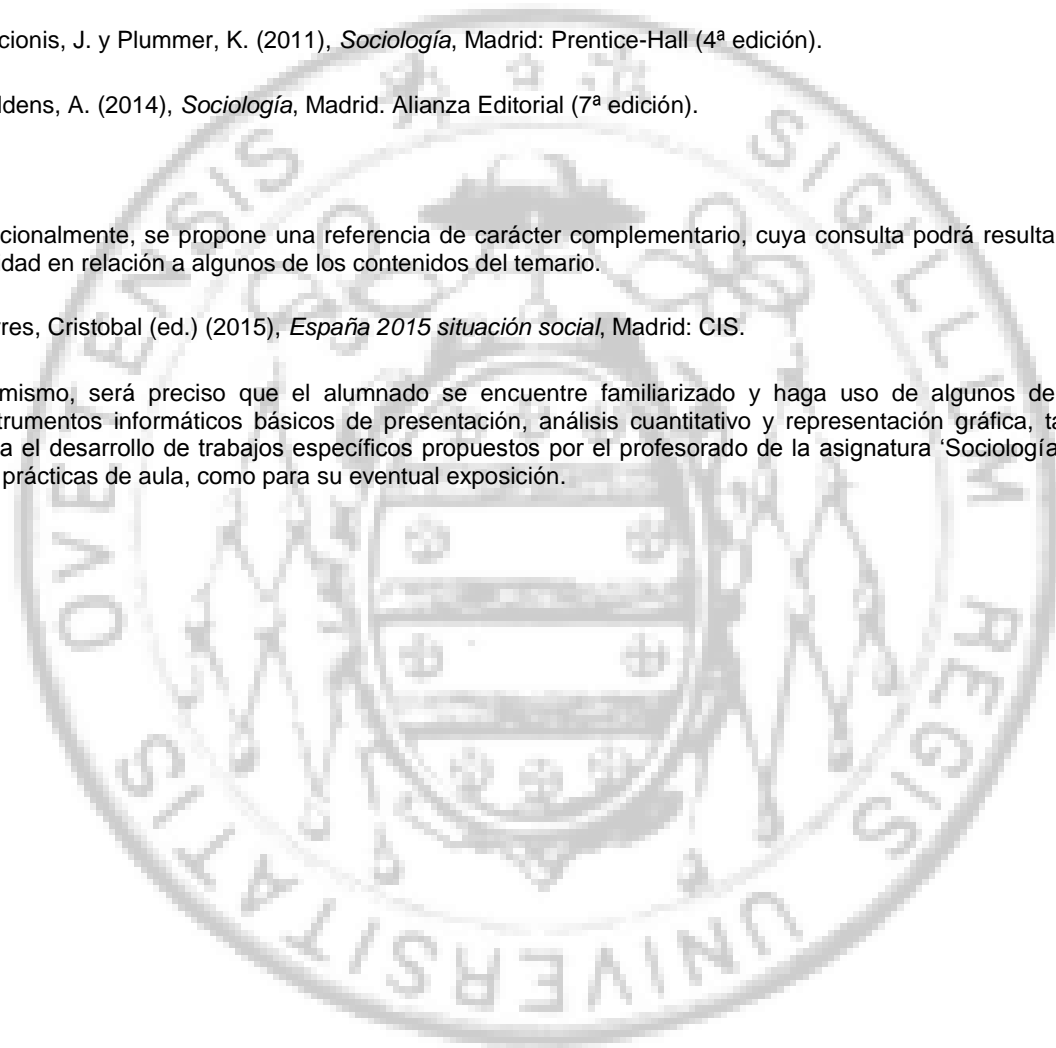
Macionis, J. y Plummer, K. (2011), *Sociología*, Madrid: Prentice-Hall (4ª edición).

Giddens, A. (2014), *Sociología*, Madrid. Alianza Editorial (7ª edición).

Adicionalmente, se propone una referencia de carácter complementario, cuya consulta podrá resultar de utilidad en relación a algunos de los contenidos del temario.

Torres, Cristobal (ed.) (2015), *España 2015 situación social*, Madrid: CIS.

Asimismo, será preciso que el alumnado se encuentre familiarizado y haga uso de algunos de los instrumentos informáticos básicos de presentación, análisis cuantitativo y representación gráfica, tanto para el desarrollo de trabajos específicos propuestos por el profesorado de la asignatura 'Sociología' en las prácticas de aula, como para su eventual exposición.



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Historia Económica Mundial		CÓDIGO	GADEMP01-1-002
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Formación Básica	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
TASCON FERNANDEZ LUIS JULIO		juliof@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
OJEDA GUTIERREZ GERMAN ANTONIO		ojeda@uniovi.es		
Suárez Cano Patricia		suarezcpatricia@uniovi.es		
TOURIÑO ALBAÑIL JOSE		jtouri@uniovi.es		
TASCON FERNANDEZ LUIS JULIO		juliof@uniovi.es		(English Group)
Antolin Cano Carlos		antolin@uniovi.es		
Cañal Fernández Verónica		vcanal@uniovi.es		

2. Contextualización

La Historia Económica Mundial es una asignatura básica de 6 Créditos ECTS, que se imparte en los Grados en Economía y en Administración y Dirección de Empresas (dentro de la materia "Historia Económica" perteneciente al módulo "Análisis Histórico y Social") y también en el Grado en Contabilidad y Finanzas (dentro de la materia "Historia Económica" del módulo "Entorno Económico y Social"), cuyo objetivo es el Análisis de la evolución de la vida económica, preferentemente de las sociedades occidentales, y de sus instituciones en el proceso de crecimiento y desarrollo, a fin de diferenciar las combinaciones de los distintos modos de concretarse la preferencia social de cada sistema económico y comprender los fenómenos económicos del presente a través de la evolución económica del pasado, con referencia especial a las épocas moderna y contemporánea.

3. Requisitos

2. Papel de la asignatura en el Grado y requisitos previos

La Historia se distingue de otras disciplinas de la Economía por el concepto del largo plazo, tiene por tanto, un diferente objeto formal. La Historia Económica es necesaria para entender el nacimiento de la economía como ciencia, así como la evolución de la ciencia económica y de la actividad económica. La relación con el resto de materias resulta obvia para comprender los planteamientos económicos y su evolución. Economía e Historia económica, no obstante, comparten métodos y técnicas de análisis, lo que no impide que ésta no deba utilizar las técnicas de la Historia general o de otras ciencias.

Para hacer Historia Económica se precisa tener conocimientos de Historia, así como mínimos

conocimientos de Economía y Estadística.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

- **3. Competencias y resultados de aprendizaje**

- Capacidad de análisis y síntesis;
- Capacidad de aprendizaje, de organización y planificación.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia
- Capacidad de comunicación oral y escrita en lengua extranjera.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de trabajar de forma autónoma.
- Capacidad de trabajar en un contexto internacional.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad crítica y autocrítica;
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones;
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Capacidad de liderazgo.
- Preocupación hacia temas medioambientales, sociales, de igualdad de trato y de respecto a los valores democráticos.

Competencias específicas o instrumentales que se desarrollarán con la asignatura “Historia Económica Mundial” en las Titulaciones de Economía, ADE, y Contabilidad y Finanzas:

- Conocer las realidades sociales y políticas en las que se desenvuelven la actividad económica, los mercados, empresas y organizaciones;
- Incorporar la perspectiva histórica al análisis del pensamiento económico, de la actividad empresarial y de los fenómenos económicos.
- Comprensión del entorno político-institucional y su impactos en la actividad económica y en las decisiones empresariales.
- Comprender y diferenciar el comportamiento de los agentes económicos y valorar su influencia en la estructura y funcionamiento de los mercados y etapas recorridas por las sucesivas formas presentadas por la empresa.

Estas competencias se concretan en los siguientes **Resultados de Aprendizaje**:

- Conocer e identificar cómo se han combinado los distintos modos de concretarse la preferencia social dentro de cada sistema económico.
- Comprender y distinguir los fenómenos económicos del presente a través del conocimiento de la evolución económica del pasado.
- Saber relacionar y/o justificar la creación de instituciones económicas en razón a las políticas económicas desarrolladas.

5. Contenidos

Bloques temáticos	Temas y Epígrafes
I INTRODUCCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO EN EL LARGO PLAZO	1. De la primera “Revolución económica” a la decadencia del mundo antiguo 1.1 La primera “Revolución económica”

	<p>1.2 Configuración del mundo antiguo</p> <p>1.3 Auge y decadencia del mundo romano</p>
<p>II EVOLUCION ECONÓMICA DE LA EUROPA PREINDUSTRIAL</p>	<p>2. Evolución económica de la sociedad feudal</p> <p>2.1 Génesis del sistema económico feudal</p> <p>2.2 Expansión y crisis del sistema económico feudal</p> <p>3. La expansión económica de Europa en los siglos XV- XVI</p> <p>3.1. Causas de la expansión geográfica</p> <p>3.2. Consecuencias económicas del descubrimiento de América. La primacía del Imperio español</p> <p>3.3. La inflación y la teoría cuantitativa del dinero</p> <p>4. Evolución económica de la Edad Moderna. El crecimiento de la Economía Política Clásica</p> <p>4.1. Los límites a la producción agraria</p> <p>4.2. Las innovaciones en las manufacturas</p> <p>4.3. Desarrollo del comercio</p> <p>4.4. Primacía de Holanda y Gran Bretaña</p> <p>4.5. Las Políticas Mercantilistas y el Liberalismo Económico</p>
<p>III INDUSTRIALIZACIÓN DE LAS SOCIEDADES OCCIDENTALES EN LOS SIGLOS XVIII Y XIX</p>	<p>5. Revoluciones Político-Sociales e Industrialización</p> <p>5.1.Revoluciones Político-Sociales: La Revolución Francesa</p> <p>5.2 El proceso de Revolución Industrial</p> <p>5.2. Transporte, Banca e Industrialización</p> <p>5.3 El Estado y el desarrollo industrial</p> <p>6. La industrialización en los países del centro y norte de Europa</p> <p>6.1 Gran Bretaña</p> <p>6.2 Bélgica</p> <p>6.3 Francia</p> <p>6.4 Alemania</p> <p>7. La industrialización en los países del sur de Europa.</p>

<p>III INDUSTRIALIZACIÓN DE LAS SOCIEDADES OCCIDENTALES EN LOS SIGLOS XVIII Y XIX</p>	<p>7.1 Italia</p> <p>7.2 España</p> <p>7.3 Portugal</p> <p>8. El crecimiento económico en los Estados Unidos</p> <p>8.1 La expansión agraria de los estados del Sur y el sistema esclavista</p> <p>8.2 La colonización del Oeste</p> <p>8.3 La acción del Estado</p> <p>8.4 Transporte y crecimiento económico</p> <p>9. Evolución económica de los países occidentales de 1874 a 1914</p> <p>9.1 Consideraciones sobre la depresión económica</p> <p>9.2 La reacción proteccionista</p> <p>9.3 La competencia por nuevos mercados</p> <p>9.4 La llamada segunda revolución industrial</p>
<p>IV LA EVOLUCIÓN ECONÓMICA DESDE EL SIGLO XX HASTA LA ACTUALIDAD</p>	<p>10. La primera guerra mundial y sus consecuencias económicas. La formación de la estructura económica socialista en la Unión Soviética</p> <p>10.1 Motivaciones económicas de la guerra: Rivalidades comerciales y coloniales</p> <p>10.2 Las reparaciones de guerra y las inflaciones postbélicas</p> <p>10.3 La recuperación económica de los países occidentales</p> <p>10.4 La formación de la estructura económica socialista en la Unión Soviética</p> <p>10.5 La economía española durante la II República</p> <p>11. La Gran Depresión. Políticas y recuperación económica</p> <p>11.1 Consideraciones sobre las causas</p> <p>11.2 El desarrollo de la crisis</p> <p>11.3 El New Deal y la recuperación económica</p> <p>11.4 La política económica keynesiana</p> <p>12. De la Segunda Guerra Mundial a la crisis actual</p>

	<p>12.1 La repercusión económica de la guerra</p> <p>12.2 La política económica postbélica</p> <p>12.3 El Plan Marshall y la recuperación económica de Europa</p> <p>12.4 La crisis de la década de 1970 y las políticas de recuperación</p> <p>12.5 La crisis financiera actual y sus consecuencias</p>
--	--

6. Metodología y plan de trabajo

5. Metodología y plan de trabajo.

- Actividades presenciales
 1. Clases expositivas de teoría
 2. Prácticas de aula, complementando la importancia de las clases expositivas. Algunas podrán desarrollarse por profesores invitados.
 3. Sesiones de evaluación.
- No presenciales
 1. Trabajo autónomo
 2. Trabajo en grupo

Temas	Horas total es	TRABAJO PRESENCIAL				Total	TRABAJO PRESENCIAL		Total	NO
		Clase Exposit iva	Prácti cas de aula	Tutorí as grup ales	Sesione s de Evaluac ión		Trab ajo grup o	Trabaj o autóno mo		
De la primera "Revolución económica" a la decadencia del mundo antiguo	11	2,5	2,5	-	-	5	-	6	6	
Evolución económica de la sociedad feudal	11	2,5	2,5	-	-	5	-	6	6	
La expansión	13	2	2	-	-	4	3	6	9	

económica de Europa en los siglos XV y XVI										
La evolución económica de la Edad Moderna. El crecimiento de la Economía Política Clásica	11	2,5	2,5	-		5	-	6	6	
Revoluciones Político-Sociales e industrialización	11	2,5	2,5			5		6	6	
La industrialización en los países del centro y norte de Europa	11	2,5	2,5	-		5	-	6	6	
La industrialización en los países del Sur de Europa	11	2,5	2,5	-		5	-	6	6	
El crecimiento económico en los Estados Unidos	14	2,5	2,5	-	-	5	3	6	9	
Evolución económica de los países occidentales de 1874 a 1914	8	1,5	1,5	-		3	-	5	5	
La primera guerra mundial y sus consecuencias económicas. La formación de la estructura económica socialista en la Unión	15	2,5	2,5	-	-	5	4	6	10	

Soviética										
La Gran Depresión. Políticas y recuperación económica	17,5	2,25	2,25	-	-	4,5	5	8	13	
De la segunda guerra mundial a la crisis actual	16,5	2,25	2,25		4	8,5	-	8	8	
Total horas	150	28	28		4	60	15	75	90	
(%)	100	18,7	18,7		2,6	40	10	50	60	

Cronograma

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	De la primera revolución económica a la decadencia del mundo antiguo. Teoría	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas
2	Evolución económica de la sociedad feudal. Teoría y Prácticas	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas.
3	La expansión económica de Europa en los siglos XV y XVI. Teoría y Prácticas	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas.
4	Evolución económica de la Edad Moderna. El crecimiento de la Economía Política Clásica. Teoría y Prácticas	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas.
5	Revoluciones político-sociales e industrialización. Teoría y Prácticas	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas.
6	La industrialización en los países del centro y norte de Europa. Teoría y Prácticas	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas
7	La industrialización en los países del Sur de Europa. Teoría y Prácticas	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas.
8	El crecimiento económico en los Estados Unidos. Teoría y Prácticas	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas.
9	Evolución económica de los países occidentales de 1874 a 1914. Teoría y Prácticas.	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas
10	La primera guerra mundial y sus consecuencias económicas. Teoría y Prácticas	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas.

11	La Gran Depresión. Políticas y recuperación económica. Teoría y Prácticas	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas.
12	De la segunda guerra mundial a la crisis actual. Teoría y Prácticas.	Estudio de esquemas y guiones. Lecturas previas

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

6. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La **evaluación de la asignatura** se efectuará a través de la suma de la **evaluación continua** (que representa el 40 % de la evaluación) obtenida de la valoración de la participación activa del estudiante en las clases teóricas, en las actividades prácticas --- intervención en debates, comentarios y análisis de lecturas, ejercicios---, así como de la participación en el planteamiento, análisis y discusión de los temas seleccionados, a las que se sumará la valoración correspondiente a la prueba del **examen final** (60 % de la evaluación).

Los alumnos que obtengan el permiso para optar a la evaluación diferenciada, deberán realizar un examen final de la asignatura.

Tabla resumen

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
Continua	<ul style="list-style-type: none"> Actividad 1: Participación activa en clases teóricas Actividad 2: Prácticas 	40%
Examen final	Prueba escrita sobre el contenido del programa de la asignatura y/o de las clases prácticas	60%

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

- Bibliografía básica**

ALDCROFT, Derek H., *Historia de la economía europea, 1914-2000*, Editorial Crítica, Barcelona, 2003.

BARBER, William J., *Historia del pensamiento económico*, Alianza Editorial, Madrid, 2000.

CAMERON, Rondo, *Historia económica mundial. Desde el Paleolítico hasta el presente*, Alianza Editorial, Madrid, 1990.

CLOUGH, Shepard y RAPP, Richard T., *Historia económica de Europa. El desarrollo económico de la civilización occidental*, Editorial Omega, Barcelona, 1984.

COMIN, Francisco, HERNANDEZ, M Y LLOPIS, E., (eds.), *Historia económica de España. Siglos X-XX*, Crítica Barcelona, 2003.

COMIN, Francisco, HERNANDEZ, M Y LLOPIS, E., (eds.), *Historia económica mundial. Siglos X-XX*, Ed. Crítica, Barcelona, 2010

COMIN, Francisco, *Historia económica mundial. De los orígenes a la actualidad*, Ed. Alianza, Madrid, 2011.

LANDES, David S. y otros, *La revolución industrial*, Editorial Crítica, Barcelona, 1986.

LANDRETH, H. y COLANDEZ, D. C., *Historia del pensamiento económico*, McGraw Hill, Madrid, 2006.

MADDISON, Angus, *La economía mundial. Una perspectiva milenaria*. Ediciones Mundi-Prensa, Madrid. Barcelona. México, 2002.

MATES BARCO, José M.Y GONZÁLEZ ENCISO, Agustín (Coord.), *Historia Económica de España*, Ariel, Barcelona, 2006

NORTH, Douglas C., *Estructura y cambio en la historia económica*, Alianza Editorial, Madrid, 1984.

OCAMPO SUÁREZ-VALDÉS, Joaquín y PERIBAÑEZ CAVEDA, Daniel, *Historia económica mundial y de España*, Textos Universitarios, eduno, Oviedo, 2009.

PALAFIX, Jordi (Coord.), *Curso de Historia de la Economía*, Tirant lo Blanch, Valencia, 1997.

PRADOS DE LA ESCOSURA, Leandro y VERA ZAMAGNI, Vera (Eds.), *El desarrollo económico en la Europa del Sur: España e Italia en perspectiva histórica*, Alianza Universidad, Madrid, 1992.

POLLARD, Sidney, *La conquista pacífica. La industrialización de Europa, 1760-1970*, Universidad de Zaragoza, Zaragoza, 1991.

TASCÓN FERNÁNDEZ, Julio y LÓPEZ ZAPICO, Misael Arturo, *Historia económica mundial*, Biblioteca Nueva, Madrid, 2012.

TORTELLA, Gabriel, *El desarrollo de la España contemporánea. Historia económica de los siglos XIX y XX*, Alianza Editorial, Madrid, 1994.

TORTELLA, Gabriel, *Los orígenes del siglo XXI*, Gadir Editorial, Madrid, 2005.

VILAR, Pierre, *Oro y Moneda en la Historia, 1450-1920*, Editorial Ariel, 3ª ed., Esplugues del Llobregat (Barcelona), 1974.

VITTORIO, Antonio di (coord.)/ MASSA, P.; BRACCO, G.; GUENZI, A.; DAVIS, J.A. y CARRERAS, A., *Historia económica de Europa, siglos XV-XX*, Editorial Crítica, Barcelona, 2003.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Introducción a la Estadística Económica		CÓDIGO	GADEMP01-1-003
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Formación Básica	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Moreno Cuartas Blanca		morenob@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
GARCIA MUÑIZ ANA SALOME		asgarcia@uniovi.es		
PRESNO CASQUERO MARIA JOSE		mpresno@uniovi.es		
Alvargonzález Rodríguez Mercedes		malvarg@uniovi.es		
Fernández González Paula		pfgonzal@uniovi.es		
Fernández Vázquez Esteban		evazquez@uniovi.es		(English Group)
Moreno Cuartas Blanca		morenob@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura de Introducción a la Estadística Económica es una materia de formación básica, común en los Grados en Administración y Dirección de Empresas, Economía, Contabilidad y Finanzas, y Relaciones Laborales y Recursos Humanos. Para los tres primeros grados anteriormente citados esta asignatura se encuadra en el módulo Métodos Cuantitativos y en la materia Estadística; mientras que para el grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos se encuadra en la materia Sociología del Trabajo y Técnicas de Investigación Social.

Desde un punto de vista formativo, pueden señalarse dos tipos de razones que justifican la enseñanza de la Estadística en los estudios de grado:

1. La Estadística es útil para la futura actividad profesional en el ámbito económico-empresarial.
2. La Estadística es una parte de la educación general deseable para todos los ciudadanos.

En efecto, los profesionales del mundo de la economía y de la empresa manejan habitualmente gran cantidad de datos numéricos que requieren un tratamiento adecuado con el fin de que realmente resulten informativos y sean de utilidad en la toma de decisiones. Asimismo, los medios de comunicación nos ofrecen diariamente noticias basadas en información estadística relativas a diferentes ámbitos de la actualidad social y económica (cifras de paro, audiencias de televisión, encuestas de opinión,...) que deben ser interpretadas adecuadamente por los ciudadanos.

En este contexto, la asignatura de estadística de primer curso tiene como objetivo general introducir al estudiante en el razonamiento estadístico, proporcionándole una formación básica que le permita aplicar distintos instrumentos de análisis a problemas de índole económica y social. Esta formación se verá complementada con otras asignaturas en los cursos posteriores.

3. Requisitos

La asignatura no tiene requisitos previos. Es recomendable que el estudiante tenga la formación de matemáticas de los estudios de bachiller, en cualquiera de sus opciones.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Para el logro del objetivo general de la asignatura, a lo largo del curso se trabajarán las siguientes **competencias genéricas**:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.

Las **competencias específicas** que se desarrollan en la asignatura son las siguientes:

Grados en ADE y Economía

- Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica.
- Manejar e interpretar software específico para el tratamiento de datos.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito económico y de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.

Grado en Contabilidad y Finanzas:

- Aplicar técnicas cuantitativas en el análisis de la información financiera.

Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos:

- Capacidad de transmitir y comunicarse por escrito y oralmente usando la terminología propia de las relaciones laborales y los recursos humanos.
- Capacidad para interpretar datos e indicadores socioeconómicos relativos al mercado de trabajo.
- Capacidad para aplicar técnicas cuantitativas de investigación social al ámbito laboral.
- Aplicar los conocimientos sobre las relaciones laborales y recursos humanos a la práctica.

Las competencias generales y específicas anteriores se concretan en los siguientes **resultados del aprendizaje**:

- Aplicar herramientas de estadística descriptiva para resolver problemas en el ámbito económico y empresarial.
- Describir los conceptos básicos ligados a la elaboración de estadísticas socioeconómicas.
- Acceder a las principales fuentes de información estadística e interpretar sus resultados.
- Manejar la hoja de cálculo para la resolución de problemas estadísticos.

5. Contenidos

El programa de la asignatura se organiza en 11 temas agrupados en tres bloques: un primer bloque, correspondiente a los temas 1 a 4, centrado en el estudio de estadísticas univariantes; el segundo bloque, que abarca los temas 5 y 6, dedicado al estudio conjunto de variables y sus relaciones; y un tercer bloque, correspondiente a los temas 7 a 11, que tienen como denominador común el estudio temporal de magnitudes.

5.1. Programa abreviado

Tema 1.- Organización y presentación de datos. Fuentes estadísticas

Tema 2.- Medidas de posición

Tema 3.- Medidas de dispersión

Tema 4.- Medidas de desigualdad y pobreza

Tema 5.- Análisis conjunto. Correlación y asociación

Tema 6.- Regresión simple

Tema 7.- Números índices: tasas y propiedades

Tema 8.- Números índices: fórmulas habituales, variación y repercusión

Tema 9.- El Índice de Precios de Consumo (IPC) y sus aplicaciones

Tema 10.- Series temporales: planteamiento y tendencia

Tema 11.- Series temporales: estacionalidad y predicción

5.2.- Programa detallado y objetivos de aprendizaje

Tema 1.- Organización y presentación de datos. Fuentes estadísticas

Contenidos:

- 1.1.- Origen de la información: censos y muestras
- 1.2.- Tipos de información estadística
- 1.3.- Presentación de datos: tablas y representaciones gráficas
- 1.4.- Sistema estadístico nacional y europeo
- 1.5.- Fuentes estadísticas de información económica

Objetivos:

El tema tiene dos partes bien diferenciadas, la primera dedicada a la introducción de conceptos y terminología estadística básica y a los procedimientos de tabulación y representación gráfica de

información estadística, y una segunda parte dedicada al estudio de los rasgos generales del sistema estadístico oficial y de algunas fuentes estadísticas de tipo socioeconómico.

Desde esta perspectiva, los objetivos concretos de aprendizaje que se persiguen por parte del alumno son:

- Describir los procedimientos de recogida de datos y distinguir entre encuestas censales y muestrales.
- Operar con tablas de frecuencias de datos agrupados y no agrupados, diferenciando los tipos de frecuencias y sus relaciones.
- Elegir gráficos apropiados para representar un conjunto de datos y reconocer errores en representaciones gráficas aparecidas en los medios de comunicación.
- Conocer las características básicas de los sistemas estadísticos nacional y europeo.
- Describir las principales características de algunas estadísticas socioeconómicas elaboradas por el INE.
- Realizar búsquedas de información estadística socioeconómica en las páginas web de los organismos estadísticos oficiales.

Material de consulta:

BERENSON, M.L.; LEVINE, D.M. y KREHBIEL, T.C. (2010): *Basic Business Statistics. Concepts and applications*. Pearson International. Temas 1 y 2.

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 1.

Web del INE <http://www.ine.es>

Tema 2.- Medidas de posición

Contenidos:

- 2.1.- Medidas de posición central: promedios
- 2.2.- Medidas de posición no central: cuantiles

Objetivos:

En este tema se introducen diferentes tipos de medidas descriptivas que permiten resumir o sintetizar el comportamiento de un conjunto de datos. El enfoque desde el que se abordan estos contenidos pretende que el alumno alcance los siguientes objetivos de aprendizaje:

- Calcular e interpretar distintos promedios: media aritmética, media ponderada, media geométrica, mediana y moda.

- Comparar las propiedades de la media aritmética, la mediana y la moda.
- Calcular e interpretar distintos cuantiles (deciles, cuartiles y centiles).

Material de consulta:

BERENSON, M.L.; LEVINE, D.M. y KREHBIEL, T.C. (2010): *Basic Business Statistics. Concepts and applications*. Pearson International. Tema 3.

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 2.

Tema 3.- Medidas de dispersión

Contenidos:

- 3.1.- Medidas de dispersión absolutas
- 3.2.- Medidas de dispersión relativas
- 3.3.- Variable tipificada

Objetivos:

En este tema se introducen diferentes tipos de medidas que permiten analizar la variabilidad de un conjunto de datos y estudiar la representatividad de los promedios. Asimismo se estudia el concepto de variable tipificada. Los objetivos de aprendizaje que se persiguen son:

- Cuantificar la variabilidad o dispersión de una distribución a través de medidas de dispersión absolutas.
- Estudiar las propiedades de la varianza y la desviación típica.
- Calcular e interpretar coeficientes de variación.
- Comparar la representatividad de promedios.
- Comparar valores de diferentes distribuciones a través de la variable tipificada.

Material de consulta:

BERENSON, M.L.; LEVINE, D.M. y KREHBIEL, T.C. (2010): *Basic Business Statistics. Concepts and applications*. Pearson International. Tema 3.

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 3.

Tema 4.- Medidas de desigualdad y pobreza

Contenidos:

- 4.1.- Medidas de pobreza
- 4.2.- La desigualdad económica
- 4.3.- La curva de Lorenz y el índice de Gini

Objetivos:

En este tema se plantea la necesidad de cuantificar los desequilibrios distributivos en el reparto de magnitudes económicas, tales como los ingresos familiares, los salarios, etc., para lo que se introducen una serie de indicadores de desigualdad y pobreza. Los objetivos de aprendizaje que se persiguen son:

- Definir el concepto de pobreza.
- Calcular e interpretar medidas de pobreza.
- Appreciar la importancia del fenómeno de la desigualdad económica.
- Construir curvas de Lorenz e interpretar su significado en relación con la desigualdad.
- Cuantificar la desigualdad mediante el índice de Gini.
- Aplicar las propiedades deseables de las medidas de desigualdad.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 4.

Tema 5.- Análisis conjunto. Correlación y asociación

Contenidos:

- 5.1.- Distribuciones bidimensionales
- 5.2.- Distribuciones marginales
- 5.3.- Dependencia e independencia estadística
- 5.4.- Medidas de asociación en tablas de contingencia
- 5.5.- La correlación y su medida

Objetivos:

En este tema se aborda el estudio conjunto de dos caracteres y las posibles relaciones entre ellos. Estos contenidos se plantean de modo que el alumno pueda alcanzar los siguientes objetivos:

- Apreciar el interés del estudio conjunto de varios caracteres.
- Construir e interpretar tablas bidimensionales y el gráfico de nube de puntos.
- Construir distribuciones marginales.
- Reconocer e interpretar las posibles relaciones entre dos variables: dependencia funcional, independencia estadística y dependencia estadística.
- Cuantificar el grado de asociación entre dos atributos mediante el coeficiente de contingencia de Pearson.
- Calcular e interpretar las medidas de dependencia lineal: covarianza y coeficiente de correlación lineal.

Material de consulta:

BERENSON, M.L.; LEVINE, D.M. y KREHBIEL, T.C. (2010): *Basic Business Statistics. Concepts and applications*. Pearson International. Tema 13.

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 5.

Tema 6.- Regresión simple

Contenidos:

- 6.1.- Correlación y regresión
- 6.2.- Rectas de regresión mínimo cuadráticas
- 6.3.- Análisis de la bondad de modelos
- 6.4.- Predicción con modelos causales

Objetivos:

En este tema se estudian los procedimientos para construir modelos explicativos a partir de la información conjunta sobre dos variables estadísticas entre las que existe una relación de causalidad. Desde esta perspectiva, los objetivos concretos de aprendizaje que se persiguen por parte del alumno son:

- Distinguir los conceptos de correlación y regresión y analizar la conexión entre ambos.
- Calcular rectas de regresión por ajuste mínimo-cuadrático.
- Interpretar los coeficientes de la recta de regresión.

- Analizar la bondad de un modelo mediante el coeficiente de determinación.
- Calcular predicciones a partir de modelos causales y analizar su fiabilidad.

Material de consulta:

BERENSON, M.L.; LEVINE, D.M. y KREHBIEL, T.C. (2010): *Basic Business Statistics. Concepts and applications*. Pearson International. Tema 13.

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 6.

Tema 7.- Números índices: tasas y propiedades

Contenidos:

- 7.1.- Índices simples y tasas
- 7.2.- Índices sintéticos
- 7.3.- Propiedades de los índices

Objetivos:

La última parte del programa está dedicada al estudio de la evolución temporal de magnitudes económicas. En concreto, en este tema se aborda la comparación en términos relativos de valores de una magnitud entre diferentes periodos de tiempo a través del cálculo de números índices y tasas. Los objetivos de aprendizaje que se persiguen son:

- Calcular e interpretar índices simples temporales y espaciales
- Calcular e interpretar distintos tipos de tasas de variación (intermensuales, interanuales, ...).
- Describir las propiedades deseables de los números índices.

Material de consulta:

BERENSON, M.L.; LEVINE, D.M. y KREHBIEL, T.C. (2010): *Basic Business Statistics. Concepts and applications*. Pearson International. Tema 16.

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 8.

Tema 8.- Números índices: fórmulas habituales, variación y repercusión

Contenidos:

- 8.1.- Fórmulas habituales de precios y cantidades
- 8.2.- Índices cadena
- 8.3.- Variación de un índice y repercusión

Objetivos:

En este tema se estudian las fórmulas de índices sintéticos más habituales en el campo de la economía. Asimismo, se aborda la medición de la variación relativa de un índice sintético entre dos momentos del tiempo. Los objetivos de aprendizaje que se persiguen son:

- Calcular e interpretar índices de precios y cantidades de Laspeyres y de Paasche.
- Calcular índices cadena y analizar sus ventajas e inconvenientes.
- Calcular e interpretar la variación relativa de un índice sintético tipo media ponderada y el efecto individual de cada componente a través de la repercusión.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 9.

Tema 9.- El Índice de Precios de Consumo (IPC) y sus aplicaciones**Contenidos:**

- 9.1.- El Índice de Precios de Consumo (IPC)
- 9.2.- El IPC armonizado
- 9.3.- Aplicaciones del IPC: el problema de la deflatación

Objetivos:

En este tema se continúa con el estudio de los números índices, para profundizar en sus aplicaciones en el contexto económico. El tema se centra en el Índice de Precios de Consumo (IPC) y en su papel como deflactor. Estos contenidos se plantean de modo que el alumno pueda alcanzar los siguientes objetivos:

- Describir los objetivos y los rasgos básicos del IPC elaborado en España (base 2011).
- Describir los rasgos básicos del IPC armonizado.
- Distinguir entre magnitudes a precios corrientes y a precios constantes.
- Definir el concepto de deflatación y transformar series a precios constantes con el fin de analizar la evolución real de magnitudes económicas.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 10.

Web del INE <http://www.ine.es>

Tema 10.- Series temporales: planteamiento y tendencia

Contenidos:

- 10.1.- Evolución temporal de magnitudes
- 10.2.- Componentes de una serie temporal
- 10.3.- Análisis de la tendencia

Objetivos:

En este tema se inicia el estudio de las series temporales desde una perspectiva clásica, a través del análisis de sus componentes. El enfoque desde el que se abordan estos contenidos pretende que el alumno alcance los siguientes objetivos de aprendizaje:

- Describir las componentes de una serie temporal.
- Analizar el esquema de composición de una serie temporal.
- Calcular la tendencia por los métodos de medias móviles y de ajuste.

Material de consulta:

BERENSON, M.L.; LEVINE, D.M. y KREHBIEL, T.C. (2010): *Basic Business Statistics. Concepts and applications*. Pearson International. Tema 16.

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 11.

Tema 11.- Series temporales: estacionalidad y predicción

Contenidos:

11.1.- Análisis de la estacionalidad

11.2.- Desestacionalización

11.3.- Predicción

Objetivos:

En este tema se continúa el estudio de las series temporales desde una perspectiva clásica, analizando la componente estacional. El enfoque desde el que se abordan estos contenidos pretende que el alumno alcance los siguientes objetivos de aprendizaje:

- Aplicar el procedimiento adecuado para aislar la componente estacional.
- Interpretar la componente estacional.
- Obtener series desestacionalizadas.
- Calcular predicciones a partir de series temporales y analizar su fiabilidad.

Material de consulta:

BERENSON, M.L.; LEVINE, D.M. y KREHBIEL, T.C. (2010): *Basic Business Statistics. Concepts and applications*. Pearson International. Tema 16.

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [en línea]. Tema 12.

6. Metodología y plan de trabajo

El programa de la asignatura se organiza en temas que se corresponden con unidades docentes semanales. La docencia presencial de cada tema se basa en dos tipos de actividades: clases expositivas y prácticas de aula, con sesiones semanales de una hora y 45 minutos cada una. Estas actividades se complementan con sesiones de prácticas en el aula de informática.

En este contexto, el plan de trabajo para las actividades presenciales será el siguiente:

- Clases expositivas (TE): En estas clases se planteará la motivación general del tema basada en situaciones reales del ámbito económico y se dará una visión general de la parte teórica de cada tema, prestando especial atención a los conceptos clave y a los desarrollos más importantes.
- Prácticas de aula (PA): Cada grupo de clases expositivas se dividirá en dos subgrupos para las sesiones de prácticas de aula. En estas sesiones se resolverán cuestiones teórico-prácticas y supuestos estadísticos vinculados al ámbito económico-empresarial con apoyo de las herramientas introducidas en las clases teóricas.
- Prácticas de laboratorio (PL): Cada grupo de clases expositivas se dividirá en tres subgrupos con el fin de realizar tres sesiones de prácticas. En estas prácticas se trabajarán diversos aspectos tanto teóricos como prácticos de la asignatura, así como la resolución de problemas que requieran la utilización de herramientas informáticas para su tratamiento y análisis, siendo la principal herramienta de trabajo en esta asignatura la hoja de cálculo. Además, el reducido tamaño de los grupos para estas sesiones facilitará la labor tutorial del profesor de seguimiento de las actividades de trabajo personal propuestas y que formarán parte de las tareas de evaluación continua de la asignatura.

La metodología docente y el plan de trabajo de la asignatura se apoyan en el Campus Virtual www.campusvirtual.uniovi.es en un doble sentido:

- Como espacio de consulta y descarga de materiales didácticos, puesto que los estudiantes dispondrán con antelación de todos los materiales docentes necesarios para el seguimiento de la asignatura: presentaciones para las clases expositivas, enunciados y bases de datos para las prácticas, una colección de prácticas propuestas para el desarrollo de su trabajo autónomo y supuestos resueltos de cada una de las partes del programa.
- Como espacio de participación activa del estudiante en el proceso de aprendizaje: tests de autoevaluación, foros de debate, realización y entrega de tareas, tutorías on-line, etc.

Los materiales didácticos en el Campus Virtual se complementan con las referencias bibliográficas de textos de estadística económica, disponibles para su consulta y préstamo en la Biblioteca de Ciencias Jurídico-Sociales <http://buo.uniovi.es/>, y las referencias web de fuentes estadísticas relevantes.

En el cuadro adjunto se presenta un resumen de la distribución de tiempos asignados a cada tipo de actividad de la asignatura. A las actividades presenciales ya descritas, se añade un 60% de la carga de trabajo total de la asignatura correspondiente a actividades de carácter no presencial, que se distribuyen entre el estudio de los distintos temas del programa y la realización de tareas propuestas y actividades evaluables.

Temas	Horas totales	TRABAJO PRESENCIAL				Total	TRABAJO NO PRESENCIAL	
		Clase Expositiva	Prácticas de aula	Prácticas de laboratorio	Sesiones de Evaluación		Trabajo autónomo	Total
1	6,5	2	1,5			3,5	3	3
2	11,25	3	2	0,75		5,75	5,5	5,5
3	10,25	2,5	1,5	0,75		4,75	5,5	5,5
4	11,75	3	2	0,75		5,75	6	6
5	12,25	3	2	0,75		5,75	6,5	6,5
6	13	3	2,5	1		6,5	6,5	6,5
7	11,75	2,75	2	1		5,75	6	6

8	14	3	3	1		7	7	7
9	8,25	1,75	1,5			3,25	5	5
10	9,5	2	1,5			3,5	6	6
11	9,5	2	1,5			3,5	6	6
Examen final	32				5	5	27	27
Total horas	150	28	21	6	5	60	90	90
(%)		18,67%	14,00%	4,00%	3,33%	40,00%	60,00%	60,00%

La docencia del segundo semestre del curso 2016-2017 se organiza en 14 semanas. A continuación se presenta un cronograma orientativo, común para todos los grupos de la asignatura y que, por tanto, puede presentar ligeras variaciones en función de la organización docente semanal de cada grupo.

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Presentación de la asignatura	Estudio tema 1
	Tema 1.- Organización y presentación de datos. Fuentes estadísticas	Consulta de estadísticas en la web del INE
2	Tema 2.- Medidas de posición	Estudio tema 2
3	Tema 2.- Medidas de posición	Estudio temas 2 y 3
	Tema 3.- Medidas de dispersión	
4	Tema 4.- Medidas de desigualdad y pobreza	Estudio tema 4
5	Tema 4.- Medidas de desigualdad y pobreza	Estudio tema 4
	Tema 5.- Análisis conjunto. Correlación y asociación	
6	Tema 5.- Análisis conjunto. Correlación y asociación	Estudio tema 5
7	Tema 6.- Regresión simple	Estudio tema 6
8	Tema 7.- Números índices: tasas y propiedades	Estudio tema 7
9	Tema 8.- Números índices: fórmulas habituales, variación y repercusión	Estudio tema 8
10	Tema 8.- Números índices: fórmulas habituales, variación y repercusión	Estudio tema 8
	Tema 9.- El Índice de Precios de Consumo (IPC) y sus aplicaciones	Consultas sobre el IPC en la web del INE

11	Tema 9.- El Índice de Precios de Consumo (IPC) y sus aplicaciones	Estudio tema 9
12	Tema 10.- Series temporales: planteamiento y tendencia	Estudio tema 10
13	Tema 11.- Series temporales: estacionalidad y predicción	Estudio tema 11
14	Tema 11.- Series temporales: estacionalidad y predicción	Estudio tema 11 Preparación del examen final

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se basa en dos elementos:

1. **Evaluación continua**, mediante la que se valorará el esfuerzo y el trabajo desarrollados por el estudiante a lo largo del curso a través de diferentes tipos de actividades individuales de carácter teórico-práctico.
2. **Examen final**, que consistirá en una prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos adquiridos por el estudiante así como la capacidad de aplicación de las herramientas estadísticas estudiadas al análisis y resolución de problemas en el ámbito económico y empresarial.

Sistema de calificación

En todas las convocatorias (ordinarias y extraordinarias), la calificación final se obtendrá aplicando el siguiente criterio:

- Si la nota obtenida en el examen final alcanza un mínimo de 3 sobre 10, la calificación final se calculará mediante una media ponderada de las calificaciones obtenidas en el examen final (60%) y en la evaluación continua (40%).
- En caso de no alcanzar el mínimo de 3 en el examen final, la calificación final será la puntuación obtenida en el examen.

Las actividades de evaluación continua se realizarán a lo largo del semestre en que se imparte la asignatura en los plazos establecidos por los profesores. Estas pruebas evaluarán el nivel de conocimientos adquiridos por el alumno en cada momento del tiempo y el cumplimiento a lo largo del semestre de los objetivos de aprendizaje. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

Evaluación diferenciada

En el caso de los estudiantes que se acojan al sistema de evaluación diferenciada, se aplicará el sistema de calificación descrito anteriormente, sustituyéndose las actividades de evaluación continua realizadas por los estudiantes a tiempo completo a lo largo del semestre por cuestiones teórico-prácticas sobre los distintos contenidos del programa.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Los principales recursos didácticos de la asignatura están disponibles en el Campus Virtual www.campusvirtual.uniovi.es (presentaciones, casos prácticos, documentación complementaria, etc).

La bibliografía básica para el seguimiento del curso es un libro disponible on-line y de descarga libre. Esta referencia, así como otros textos que pueden ser de ayuda para la preparación de la asignatura, son los siguientes:

Bibliografía básica

BERENSON, M.L.; LEVINE, D.M. y KREHBIEL, T.C. (2010): *Basic Business Statistics. Concepts and applications*. Pearson International.

PÉREZ, R.; CASO, C.; RÍO, M.J. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Introducción a la Estadística Económica*. [libro en línea] <http://goo.gl/Tkn8q>

Bibliografía complementaria

CASAS, J.M. y SANTOS, J. (2002): *Introducción a la Estadística para Economía* (2ª ed.). Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.

MARTÍN, F.J. (2004): *Introducción a la Estadística Económica y Empresarial* (teoría y práctica) (3ªed.). Ed. Thomson-Paraninfo.

MARTÍN-GUZMÁN, P.; TOLEDO, I.; LÓPEZ, F.J. y BELLIDO, N. (2006): *Manual de Estadística Descriptiva*. Ed. Civitas.

MONTERO, J.Mª. (2000): *Estadística para Relaciones Laborales*. Ed. AC.

MOORE, D. (1996): *Statistics: Concepts and Controversies* (4ª ed.). Ed. W.H. Freeman and Company.

MURES, MªJ. (2003): *Problemas de Estadística Descriptiva aplicada a las Ciencias Sociales*. Ed. Prentice Hall.

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J.; RÍO, M.J.; MUÑOZ, N.; CASO, C.; ALVARGONZÁLEZ, M. y GARCÍA, J.B. (1997): *Análisis de datos económicos I. Métodos descriptivos*. Ed. Pirámide.

URIEL, E. y MUÑIZ, M. (1993): *Estadística Económica y Empresarial. Teoría y Ejercicios*. Ed. AC.

Bibliografía hoja de cálculo

ARNALDOS, F.; DÍAZ, M.T.; FAURA, U.; MOLERA, L. y PARRA, I. (2003): *Estadística Descriptiva para Economía y Administración de Empresas*. Editorial AC.

GLYN, D. y BRANKO, P. (2010): *Business Statistics using Excel*. Ed. Oxford.

Referencias web

Organismo	Web
Instituto Nacional de Estadística (INE)	http://www.ine.es
Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT)	http://ec.europa.eu/eurostat
Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales (SADEI)	http://www.sadei.es
Banco de España	http://www.bde.es

Software

Las prácticas de la asignatura se realizarán con software libre, principalmente con la hoja de cálculo Calc del paquete LibreOffice, disponible para su descarga en <http://www.libreoffice.org/>.



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Matemáticas	CÓDIGO	GADEMP01-1-004
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Formación Básica	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Arenas Parra María Del Mar	mariammar@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
SOTO ALVAREZ JOSE MANUEL	jsoto@uniovi.es		
LUCIO-VILLEGAS URIA MARGARITA COVADONGA	mlucio@uniovi.es		
PEREZ GLADISH BLANCA MARIA	bperez@uniovi.es		(English Group)
GALGUERA GARCIA LAURA	galguera@uniovi.es		
GONZALEZ-DE SELA ALDAZ MARIA ANTONIA	agsela@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura "Matemáticas" supone la primera toma de contacto que el alumno tiene con las matemáticas en los grados de Contabilidad y Finanzas, Administración y Dirección de Empresas y Economía. Dicha asignatura pertenece al módulo de Métodos Cuantitativos, materia Matemáticas y se imparte durante el primer semestre del primer curso. Son muchas las disciplinas que utilizan modelos matemáticos en sus desarrollos y para la obtención de sus resultados, entre las que destacan la Teoría Económica, la Economía de la Empresa y la Estadística. Con esta asignatura intentamos que los estudiantes comprendan y manejen las técnicas básicas del álgebra lineal y del análisis matemático, que constituyen las principales herramientas para poder plantear y analizar de forma rigurosa problemas económico-empresariales.

3. Requisitos

Se recomienda que el estudiante domine el lenguaje matemático elemental, conozca los conjuntos numéricos y las matrices y que comprenda y trabaje intuitiva, geométrica y formalmente con funciones de una variable (funciones elementales).

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las **competencias** que se trabajan con esta asignatura son:

Genéricas

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.

- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para la toma de decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

Específicas

- Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica.
- Plantear, analizar y resolver modelos matemáticos en el ámbito económico-empresarial.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.

Los **resultados de aprendizaje** que se pretende que alcancen los estudiantes a través de su trabajo en el desarrollo de esta asignatura son:

- Entender y trabajar con los modelos lineales: espacio real n-dimensional y matrices.
- Comprender los conceptos fundamentales utilizados en el cálculo de funciones de varias variables: continuidad, derivación, diferenciación y optimización.

5. Contenidos

PROGRAMA ABREVIADO:

BLOQUE I. Álgebra lineal.

Tema 1. Espacio Vectorial real.

Tema 2. Diagonalización de matrices.

Tema 3. Formas cuadráticas.

BLOQUE II. Cálculo diferencial de funciones de varias variables.

Tema 4. Funciones de varias variables.

Tema 5. Derivabilidad y diferenciabilidad de funciones de varias variables.

Tema 6. Funciones homogéneas.

Tema 7. Optimización de funciones de varias variables.

PROGRAMA DESARROLLADO:

BLOQUE I. Álgebra lineal.

Tema 1. Espacio Vectorial real.

1. El espacio vectorial real IR^n .
2. Combinación lineal de vectores.
3. Dependencia e independencia lineal de vectores.
4. Base de un espacio vectorial.

Tema 2. Diagonalización de matrices.

- 2.1. Valores y vectores propios de una matriz.
- 2.2. Matriz diagonalizable.
- 2.3. Condición necesaria y suficiente de diagonalización.

Tema 3. Formas cuadráticas.

- 3.1. Definición de forma cuadrática.
- 3.2. Clasificación de una forma cuadrática.
- 3.3. Formas cuadráticas restringidas.

Al finalizar este bloque dedicado al Álgebra Lineal el estudiante tendrá que ser capaz de:

- Identificar el comportamiento lineal de un problema económico y saber formular el correspondiente modelo matemático.
- Entender el significado de espacio vectorial y trabajar con el espacio vectorial IR^n y sus elementos.
- Saber calcular los valores y vectores propios de una matriz y entender la importancia de la diagonalización de matrices.
- Manejar el concepto de forma cuadrática y su clasificación.

Manuales de consulta recomendados:

- CABALLERO R. y otros (1992): Métodos Matemáticos para la Economía. McGraw-Hill. Madrid.
- CABALLERO, R. y otros (2000): Matemáticas aplicadas a la Economía y a la Empresa. 434 ejercicios resueltos y comentados. Ed. Pirámide. Madrid.
- CALDERÓN MONTERO, S.; REY BORREGO, M.L. (2012): Matemáticas para la Economía y la Empresa. Ed. Pirámide.
- CALVO, C.; IVORRA, C. (2012): Las matemáticas en la economía a través de ejemplos en contextos económicos. Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia.
- CANÓS, M. J., IVORRA, C., LIERN, V. (2002): Matemáticas para la Economía y la Empresa, Ed. Tirant lo Blanch, Valencia.
- GUERRERO CASAS, F.; VAZQUEZ CUETO, M.J. (1998): Manual de Álgebra Lineal para la Economía y la Empresa. Ed. Pirámide. Madrid.

- GUTIERREZ VALDEON, S. (2002): Álgebra lineal para la Economía. Ed Ac. Madrid.
- SYDSAETER, K.; HAMMOND, P.; CARBAJAL, A. (2011): Matemáticas para el Análisis Económico. Prentice Hall.

BLOQUE II. Cálculo Diferencial de funciones de varias variables.

Tema 4. Funciones de varias variables.

- 4.1. Funciones de varias variables como instrumentos de modelización económica.
- 4.2. Dominio y curvas de nivel.
- 4.3. Continuidad de funciones de varias variables.

Tema 5. Derivabilidad y diferenciabilidad de funciones de varias variables.

- 5.1. Derivadas parciales. Vector gradiente.
- 5.2. Derivadas de orden superior. Matriz Hessiana.
- 5.3. Diferenciabilidad y diferencial de una función.
- 5.4. Polinomio de Taylor.
- 5.5. Funciones compuestas.
- 5.6. Funciones implícitas.

Tema 6. Funciones homogéneas.

- 6.1. Concepto de función homogénea.
- 6.2. Propiedades de las funciones homogéneas.
- 6.3. Aplicaciones económicas.

Tema 7. Optimización de funciones de varias variables.

- 7.1. Conjuntos y funciones convexas.
- 7.2. Óptimos locales y globales. Teorema Local-Global.
- 7.3. Optimización sin restricciones.
- 7.4. Optimización con restricciones de igualdad. Método de los multiplicadores de Lagrange.

Al finalizar este bloque dedicado al Cálculo Diferencial el estudiante tendrá que ser capaz de:

- Utilizar las funciones matemáticas en la modelización económica.
- Identificar y utilizar las funciones continuas.
- Conocer el concepto de derivada de funciones de varias variables e interpretarlas económicamente, resaltando la importancia de las derivadas parciales como base del análisis marginalista.
- Conocer y aplicar el concepto de diferencial.
- Describir fenómenos a distintos niveles explicativos mediante las funciones compuestas.

- Conocer la importancia de las funciones implícitas en la modelización económica.
- Identificar las funciones homogéneas y sus aplicaciones económicas.
- Identificar los elementos de un programa matemático.
- Distinguir los óptimos locales de los globales y clasificar los puntos críticos de programas libres y restringidos.

Manuales de consulta recomendados:

- CABALLERO R. y otros (1992): Métodos Matemáticos para la Economía. McGraw-Hill. Madrid.
- CABALLERO, R. y otros (2000): Matemáticas aplicadas a la Economía y a la Empresa. 434 ejercicios resueltos y comentados. Ed. Pirámide. Madrid.
- CALDERÓN MONTERO, S.; REY BORREGO, M.L. (2012): Matemáticas para la Economía y la Empresa. Ed. Pirámide.
- CALVO, C.; IVORRA, C. (2012): Las matemáticas en la economía a través de ejemplos en contextos económicos. Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia.
- CANÓS, M. J., IVORRA, C., LIERN, V. (2002): Matemáticas para la Economía y la Empresa, Ed. Tirant lo Blanch, Valencia.
- GUERRERO CASAS, F.; VAZQUEZ CUETO, M.J. (1998): Manual de Cálculo Diferencial e Integral para la Economía y la Empresa. Ed. Pirámide. Madrid.
- SYDSAETER, K.; HAMMOND, P.; CARBAJAL, A. (2011): Matemáticas para el Análisis Económico. Prentice Hall.

6. Metodología y plan de trabajo

Actividades presenciales:

La asignatura se impartirá mediante:

- Clases expositivas en las cuales se presentan los conceptos y resultados más importantes que se acompañarán de numerosos ejemplos. Estas clases son impartidas al grupo completo, no necesariamente como lección magistral, sino procurando una participación activa del alumnado en la dinámica de las mismas. El desarrollo de estas clases se apoya principalmente en presentaciones, referencias bibliográficas y/o apuntes que, con antelación, (en el caso de las presentaciones y de los apuntes) estarán disponibles para los estudiantes a través de la web de Campus Virtual de la asignatura. En el caso de las referencias bibliográficas para el estudio de la materia, se indicarán con antelación en la web del Campus Virtual.
- Prácticas de aula: clases de resolución de supuestos prácticos, con el objetivo de aplicar los conceptos y herramientas introducidos en las clases teóricas a la resolución de problemas y también consolidar la adquisición de conocimientos y destrezas por parte del estudiante. En el desarrollo de estas clases se combinará la resolución guiada por parte del profesor de algunos supuestos con la resolución individual o en grupo y una discusión posterior de resultados.

Actividades no presenciales:

- Trabajo autónomo del estudiante: el estudiante dispondrá de diferentes materiales en la biblioteca y en la web de la asignatura con el fin de orientar y facilitar el estudio de los contenidos del temario.
- Trabajo en equipo: Trabajo en equipo: se promoverá la formación de grupos de trabajo para el estudio, el debate y la aplicación práctica de las distintas partes del programa.
- Tutorías telemáticas: es interesante fomentar esta vía de comunicación, no sólo por su flexibilidad temporal sino también porque puede contribuir a desarrollar la capacidad de comunicación escrita en el estudiante.
- Actividades en el aula virtual: en la web de la asignatura en el Campus Virtual se pueden

desarrollar diversos tipos de actividad que fomentan la participación activa del estudiante en el proceso de aprendizaje (foros de debate, consulta de materiales en internet, etc.) así como la valoración autónoma del nivel de conocimientos adquiridos a través de distintos tipos de pruebas de corrección automática (test de autoevaluación, ejercicios prácticos, etc.)

El número de horas estimado que se requiere para las distintas actividades se resume a continuación. Hemos de resaltar que se trata de una distribución de tiempos orientativa y flexible y que puede por tanto sufrir leves modificaciones dependiendo del grupo y de las actividades propuestas por cada profesor:

		TRABAJO PRESENCIAL							TRABAJO NO PRESENCIAL		
Temas	Horas totales	Clase Expositiva	Prácticas de aula /Seminarios/ Talleres				Sesiones de Evaluación	Total	Trabajo grupo	Trabajo autónomo	Total
1	17	4	3					7	2	8	10
2	13	2	2					4	2	7	9
3	14	2	3					5	2	7	9
4	13	2	2					4	2	7	9
5	30	8	8					16	2	12	14
6	12	2	2					4	2	6	8
7	30	8	8					16	2	12	14
Evaluación	21						4	4		17	17
Total	150	28	28				4	60	14	76	90

Las pruebas de evaluación continua se realizarán durante las sesiones que cada profesor estime oportunas.

Cronograma:

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Espacio Vectorial real.	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
2	Espacio Vectorial real. Diagonalización de matrices.	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
3	Diagonalización de matrices.	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
4	Formas cuadráticas.	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
5	Funciones de varias variables.	Estudio y preparación de pruebas de seguimiento. Asimilación de conceptos. Resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
6	Derivabilidad y diferenciabilidad de funciones de varias variables.	Estudio y preparación de pruebas de seguimiento. Asimilación de conceptos. Resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
7	Derivabilidad y diferenciabilidad de funciones de varias variables.	Estudio y preparación de pruebas de seguimiento. Asimilación de conceptos. Resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
8	Derivabilidad y diferenciabilidad de funciones de varias variables.	Asimilación de conceptos. Resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
9	Derivabilidad y diferenciabilidad de funciones de varias variables.	Asimilación de conceptos. Resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados. Estudio y preparación de pruebas de seguimiento.
10	Funciones homogéneas.	Asimilación de conceptos. Resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
11	Optimización de funciones de varias variables.	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
12	Optimización de funciones de varias variables.	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
13	Optimización de funciones de varias variables.	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
14	Optimización de funciones de varias variables.	Estudio y preparación de pruebas de seguimiento. Asimilación de conceptos. Resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación que se establecerá para valorar los resultados del aprendizaje anteriormente señalados tiene dos elementos:

1. **Evaluación continua** que se realizará a través de diversos procedimientos que permitan el seguimiento del aprendizaje del alumno y valorar el esfuerzo y el trabajo desarrollado, como:

- Participación activa en actividades presenciales.
- Resolución de supuestos prácticos, realización de trabajos individuales o en equipo.
- Realización de pruebas escritas con cuestiones teóricas y/o ejercicios prácticos.
- Participación en actividades no presenciales propuestas en el Campus Virtual.

La evaluación continua es un proceso acumulativo y es necesario ir demostrando a lo largo del semestre que se van alcanzando los objetivos de aprendizaje. Las pruebas escritas y/o orales en el aula con cuestiones teóricas y/o ejercicios prácticos (peso sobre la evaluación final del 30%) serán susceptibles de ser recuperadas en las convocatorias extraordinarias, previo aviso por parte del alumno al profesor y renuncia de la correspondiente nota en la evaluación continua obtenida durante el curso. La recuperación consistirá en una prueba escrita a realizar el mismo día del examen de la convocatoria extraordinaria. Ese día se firmará la correspondiente renuncia.

2. **Examen final.** Consistirá en una prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

Sistema de calificaciones:

La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40 %. En el examen final se exige un mínimo de 2 puntos sobre 6 para poder aprobar la asignatura.

Tabla resumen 1

Convocatoria	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinaria	Evaluación continua + Examen final	100%
Extraordinaria	Evaluación continua + Examen final	100%

Tabla resumen 2

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
Evaluación Continua	Realización de pruebas escritas y/o orales en el aula con cuestiones teóricas y/o ejercicios prácticos (30%)	40%
	Otras actividades de evaluación dentro o fuera del aula (10%)	
Examen final	Prueba escrita con cuestiones teóricas y ejercicios prácticos.	60%

Si la prueba a realizar es de tipo test se penalizarán las respuestas mal contestadas.

En todas las pruebas escritas se exigirá, rigor y precisión en el lenguaje, claridad y orden, así como redacción sin fallos ortográficos ni gramaticales.

Las pruebas escritas presenciales de evaluación continua podrán incluir, en caso de estimarlo oportuno el profesor, una pregunta **discriminante** sobre conceptos básicos relacionados con el bloque que se está evaluando.

Evaluación diferenciada:

El modelo de evaluación diferenciada aplicable a los regímenes de dedicación parcial, semipresencial y no presencial tiene tres elementos:

- 1.- Examen final. Prueba escrita con cuestiones teóricas y ejercicios prácticos. Tendrá un valor del 75%.
- 2.- Actividades propuestas en el campus virtual. Tendrá un valor del 10%.
- 3.- Prueba oral, a realizar el mismo día del examen final, que consistirá en la resolución de cuestiones o problemas que figuran en las relaciones de problemas propuestas por el profesor a lo largo del curso. Tendrá un valor del 15%.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

- ARRANZ SOMBRIA, M. R. y PEREZ GONZALEZ, M. P. (1997): Matemáticas para la Economía. Optimización y Operaciones financieras. Ed. AC.
- ARRANZ SOMBRIA, M. R. Y OTROS (1998): Ejercicios resueltos de Matemáticas par la Economía. Optimización y Operaciones financieras. Ed. AC.
- BALBAS, A.; GIL, J.A.; GUTIERREZ, S. (1989): Análisis matemático para la economía I. Cálculo diferencial. Ediciones AC. Madrid.
- CALVO, M.; ESCRIBANO, M.C.; FERNANDEZ, G.; GARCIA, M.C.; IBAR, R.; ORDAZ,M.P. (2003): Problemas resueltos de Matemáticas aplicadas ala economía y la empresa. Ed AC.
- CHIANG, A.C. y WAINWRIGHT, K. (2006): Métodos fundamentales de Economía Matemática. . McGraw-Hill.
- COSTA REPARAZ, E.; LOPEZ, S. (2004): Problemas y cuestiones de matemáticas para el

análisis económico. Ed. Ediciones Académicas, S.A. Madrid.

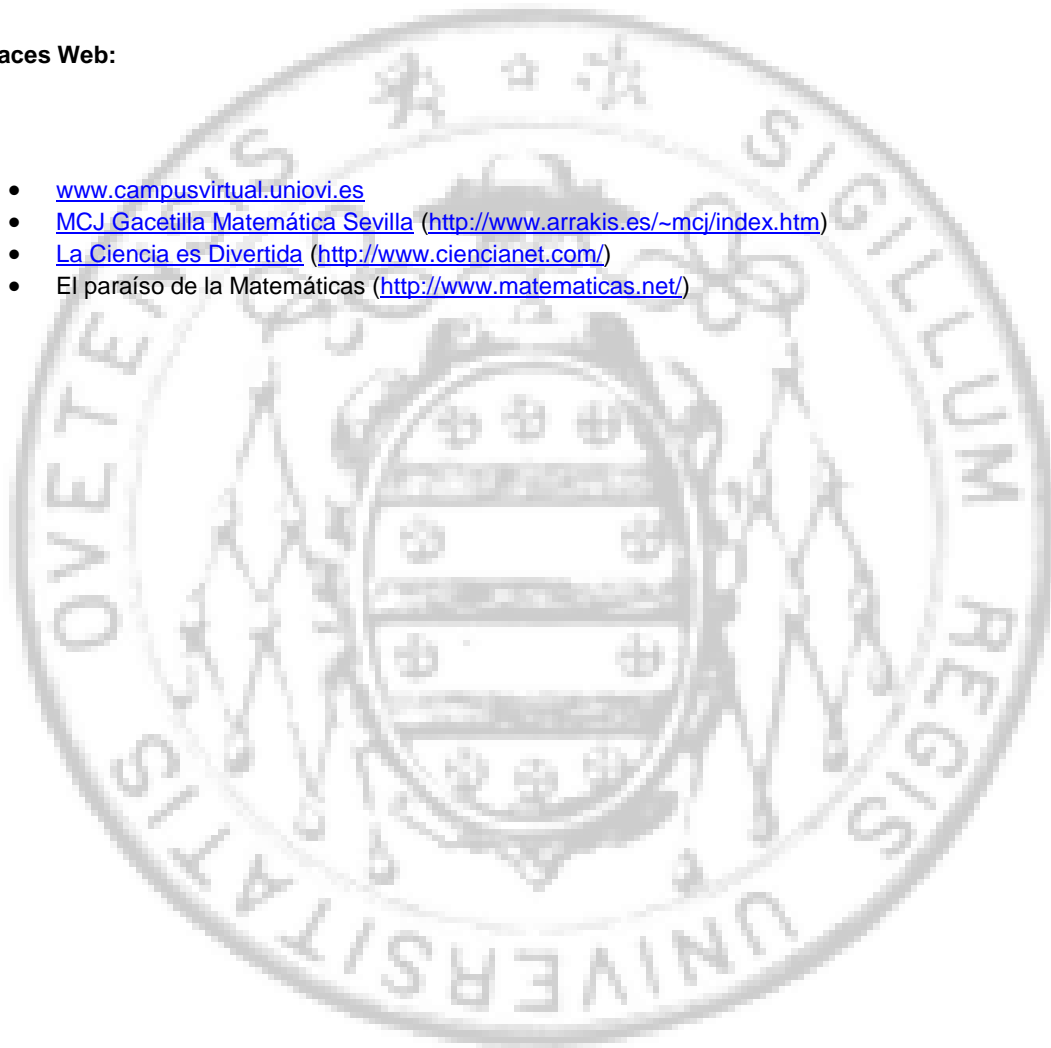
- GONZÁLEZ, A., CALDERÓN, S., HIDALGO, R. y LUQUE, M. (2001): Aspectos Básicos de Matemáticas para la Economía: un texto virtual y abierto.

<http://eco-mat.ccee.uma.es/libro/libro.htm>

- SYDSAETER, K.; HAMMOND, P. (2009): Matemáticas para el Análisis Económico. Ed Prentice Hall. Madrid.

Enlaces Web:

- www.campusvirtual.uniovi.es
- [MCJ Gacetilla Matemática Sevilla \(http://www.arrakis.es/~mcj/index.htm\)](http://www.arrakis.es/~mcj/index.htm)
- [La Ciencia es Divertida \(http://www.ciencianet.com/\)](http://www.ciencianet.com/)
- El paraíso de la Matemáticas (<http://www.matematicas.net/>)



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Introducción al Derecho Patrimonial Civil y Mercantil		CÓDIGO	GADEMP01-1-005
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Formación Básica	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
HUERTA VIESCA MARIA ISABEL		ishuerta@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
HUERTA VIESCA MARIA ISABEL		ishuerta@uniovi.es		
RODRIGUEZ ESCUDERO MARIA DE LAS VICTORIAS		mvre@uniovi.es		
FONSECA CUEVAS JULIO CARLOS		jcfonseca@uniovi.es		
Morales Zapata Manuel		moralesmanuel@uniovi.es		
Pérez Díaz Raquel		perezdraquel@uniovi.es		
Arbesu Gonzalez Vanesa		arbesuvanesa@uniovi.es		
IRIBARREN BLANCO MIGUEL		iribarrenmiguel@uniovi.es		
OREJAS GARCIA ARMANDO MARIA		orejas@uniovi.es		
Díaz LLavona Covadonga				

2. Contextualización

La asignatura se enmarca en el módulo MARCO JURÍDICO y, respecto de la materia, en DERECHO PRIVADO. Tiene como objetivo fundamental que los alumnos adquieran un conocimiento general de la estructura de nuestro ordenamiento jurídico y de sus ramas básicas de Derecho privado relacionadas con la empresa (Derecho civil y mercantil). El objetivo de la asignatura es contribuir a la formación de profesionales con una base jurídica que les facilite el desempeño de sus labores de gestión, asesoramiento y evaluación de las organizaciones productivas en el ámbito global de la organización o en cualquiera de sus áreas funcionales (producción, recursos humanos, financiación, comercialización, inversión, administración o contabilidad), en coherencia con los derechos fundamentales de la Constitución como eje jurídico vertebrador del sistema jurídico público y privado.

La asignatura se sitúa en el centro de este marco académico y organizativo como una disciplina de carácter teórico-práctico, introductoria y muy importante para la formación del alumnado.

3. Requisitos

No se establece ningún requisito previo para cursar la asignatura, si bien son muy convenientes los conocimientos de historia y cultura general.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias generales:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.
- Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de la empresa.
- Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de la empresa.

Competencias específicas:

Como se indicó, uno de los objetivos principales de esta materia es facilitar una aproximación al mundo jurídico y una visión general del régimen jurídico de la empresa. Como competencias específicas de la materia señalamos las siguientes:

- Conocer la realidad jurídica y social en que se desenvuelven los mercados y las empresas.
- Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales.

Con el desarrollo de estas competencias, el alumno adquirirá la capacidad de comprensión de la estructura del Ordenamiento Jurídico español, la capacidad de interpretación y reflexión crítica de las normas de Derecho privado, Civil y Mercantil, la capacidad de comunicación oral y de trabajo en equipo en el mundo del Derecho privado y de la empresa y la capacidad crítica ante las reformas y novedades jurídicas.

Resultados del Aprendizaje:

Al finalizar el módulo el estudiante deberá ser capaz de:

- Conocer la existencia de diversas normas jurídicas, su clasificación y sus fuentes.
- Definir, explicar y diferenciar las principales instituciones jurídicas relativas al Derecho privado patrimonial.
- Interpretar normas, textos y otros materiales jurídicos.
- Analizar críticamente soluciones jurídicas predeterminadas.
- Proponer, defender y argumentar soluciones jurídicas.
- Aplicar los conocimientos adquiridos a la solución de problemas o supuestos prácticos sobre las materias del programa.

5. Contenidos

La asignatura tiene dos bloques en su contenido, Derecho civil y Derecho mercantil, que se abordan desde una perspectiva introductoria, teórica y práctica, con el fin de acercar a los alumnos al Derecho privado español.

Programa

Parte I: Derecho civil

Tema 1. Derecho civil patrimonial

1. Derecho civil: concepto y caracteres. Las fuentes del ordenamiento jurídico.
2. El derecho civil patrimonial: concepto y contenido.
3. La persona como sujeto de Derecho. La persona física y la persona jurídica.
4. Los regímenes económico-matrimoniales.
5. Las cosas y bienes como objeto del Derecho. El patrimonio y la herencia.

Tema 2. La relación obligatoria

1. La relación jurídica obligatoria: concepto, elementos y fuentes.
2. Principales tipos de obligaciones: solidarias y mancomunadas; pecuniarias; recíprocas.
3. La modificación de la relación obligatoria.
4. El pago o cumplimiento.

Tema 3. El incumplimiento de las obligaciones

1. Los supuestos del incumplimiento.
2. Efectos del incumplimiento.
3. El incumplimiento en las obligaciones recíprocas.
4. Garantías y protección del crédito.

Tema 4. El contrato

1. El contrato: concepto, clases y elementos.
2. La formación del contrato. Las condiciones generales de la contratación.
3. La ineficacia del contrato: anulabilidad, nulidad y rescisión.
4. Principales figuras contractuales típicas.

Tema 5. Los derechos reales

1. Concepto, caracteres y clases. Adquisición y transmisión.
2. La propiedad.
3. Los derechos reales limitados de goce y garantía.

4. Publicidad y función del Registro de la Propiedad.

Tema 6. Derecho de daños

1. Responsabilidad civil extracontractual: elementos y supuestos.
2. Responsabilidad civil por hecho propio y por hecho ajeno.
3. La responsabilidad civil del empresario.
4. La reparación del daño causado.

Parte II: Derecho mercantil

Tema 7. Retos del Derecho mercantil del siglo XXI

Tema 8. El empresario

1. El empresario individual
2. El empresario social
3. Clases de sociedades mercantiles

Tema 9. La protección de la organización y de la actividad empresarial

1. Propiedad industrial
2. Régimen de la competencia
3. Registro mercantil

Tema 10. Contratación mercantil actual

1. Contratos mercantiles
2. Protección del consumidor en la contratación mercantil

Tema 11. Los títulos valores

1. Concepto, clases y caracteres
2. La letra de cambio
3. El cheque y el pagaré

Tema 12. Crisis económica y Derecho concursal

6. Metodología y plan de trabajo

El trabajo presencial consistirá en las siguientes actividades:

Clases expositivas: sesiones en las que el profesor expondrá, con un lenguaje sencillo pero riguroso, los contenidos básicos de los temas del programa con el objetivo de facilitar la información a los estudiantes, promover la comprensión de los conocimientos y estimular su motivación y su capacidad de crítica. Tendrán una duración de una hora y media.

Prácticas de aula: se plantearán diferentes cuestiones jurídicas, aprendizaje sobre búsqueda de información jurídica, análisis de textos legales, visionado y comentarios de películas o documentales, resolución de casos prácticos, lecturas de artículos y textos legales, análisis de artículos doctrinales, comentarios de sentencias, debates, etc., discutiendo y aclarando las dudas que se planteen.

Evaluación de las cuestiones teóricas fundamentales y casos prácticos.

El trabajo no presencial implicará el autónomo del estudiante: búsqueda de información, resolución de casos prácticos, prácticas con soporte del Campus Virtual, trabajos en equipo, etc.

Modalidades	Tipo	Horas	%
Presencial	Clases expositivas	28	18,7
	Prácticas de aula	28	18,7
	Sesiones de evaluación	4	2,6
No presencial	Trabajo individual	90	60
	Total	150	100

Semana	Clases presenciales	Clases no presenciales. Trabajo del alumno
1	Presentación de la asignatura, tanto por parte de Derecho civil como de Derecho mercantil	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica de las cuestiones de Derecho civil y mercantil analizadas.
2	Tema 1	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
3	Tema 2	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
4	Tema 3	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
5	Tema 4	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.

6	Tema 5	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
7	Tema 6	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
8	Tema 7	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
9	Tema 8	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
10	Tema 9	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
11	Tema 10	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
12	Tema 11	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.
13	Tema 12	Estudio, reflexión crítica y aplicación práctica.

Este cronograma es orientador y podrá someterse a cambios a lo largo del desarrollo del curso en el semestre, que serán debidamente advertidos por cada profesor de la asignatura.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Evaluación continua: se evaluarán todas o algunas de las siguientes actuaciones:

Participación activa de los estudiantes en las clases teóricas y en las diferentes actividades prácticas como debates, resolución de casos y ejercicios, respuesta a cuestionarios, comentarios de normas, sentencias, artículos doctrinales u otras lecturas, preparación y exposición, en su caso, de trabajos individuales o en grupo.

Respecto a la participación activa del alumno en las clases, habrá de ser pertinente al tema tratado, reflexiva y enriquecedora, basada en las explicaciones recibidas y/o en la bibliografía recomendada. En cuanto a las exposiciones, individuales o colectivas, se apreciará el trabajo de preparación previa realizado (búsqueda y diversidad de fuentes, pertinencia, especialización, profundidad, sistematización de contenidos, etc.), así como la exposición del trabajo efectuado.

La evaluación continua pretende medir los conocimientos adquiridos por el alumno en cada momento por lo que se trata de un proceso acumulativo no recuperable.

A través de la evaluación continua se valorarán los siguientes resultados de aprendizaje:

1. Conocer la existencia de diversas normas jurídicas, su clasificación y sus fuentes.
2. Definir, explicar y diferenciar las principales instituciones jurídicas relativas al Derecho privado patrimonial.
3. Interpretar normas, textos y otros materiales jurídicos.
4. Analizar críticamente soluciones jurídicas predeterminadas.

5. Proponer, defender y argumentar soluciones jurídicas.

La calificación de la evaluación continua tendrá un valor del 40% de la calificación final.

Examen final: consistirá en la resolución de varias cuestiones teóricas y/o prácticas relativas al programa de la asignatura.

A través del mismo se valorarán los siguientes resultados del aprendizaje:

1. Conocer la existencia de diversas normas jurídicas, su clasificación y sus fuentes.
2. Definir, explicar y diferenciar las principales instituciones jurídicas relativas al Derecho privado patrimonial.
3. Interpretar normas, textos y otros materiales jurídicos.
4. En su caso, aplicar los conocimientos adquiridos a la solución de problemas o supuestos prácticos sobre las materias del programa.

La calificación del examen final, que integrará contenidos de derecho civil y mercantil, tendrá un valor del 60% de la calificación final.

Calificación final: La calificación final, en todas las convocatorias, será el resultado de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final en la ponderación antes señalada. No obstante, para que la calificación obtenida en la evaluación continua pueda ser tenida en cuenta será necesario que en el examen se haya obtenido, como mínimo, una calificación de 4 sobre 10.

Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

En caso de estudiantes que tengan una evaluación diferenciada realizarán solamente un examen final de carácter teórico y/o práctico.

Tabla resumen

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
Continua	<ul style="list-style-type: none">• Actividades 1: Participación activa en actividades presenciales y realización de supuestos prácticos• Actividades 2: Realización de cuestionarios de	40%

	<p>seguimiento con cuestiones teóricas y/o ejercicios prácticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • 	
Examen final	Prueba escrita de evaluación	60%

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Deben utilizarse los textos legales vigentes más importantes (Constitución Española, Código Civil, Código de Comercio, etc.), siempre en sus versiones más recientes.

Bibliografía de consulta básica (siempre debe manejarse la última edición de cada obra)

Derecho Civil:

CUEVILLAS MATOZZI, I. (y otros), *Instituciones de Derecho civil patrimonial*, Tecnos, Madrid.

LASARTE ÁLVAREZ, C., *Curso de Derecho Civil Patrimonial*, Tecnos, Madrid

RUIZ RICO RUIZ, J.M. y MORENO TORRES, M.L. (coords.), *Manual básico de Derecho civil*. Tecnos.

Derecho Mercantil:

FERNÁNDEZ RUIZ, J. L., *Elementos de Derecho Mercantil*, editorial Deusto.

JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., *Lecciones de Derecho Mercantil*, editorial Tecnos.

MENÉNDEZ, A., *Lecciones de Derecho Mercantil*, editorial Civitas.

SÁNCHEZ CALERO, F., *Principios de Derecho Mercantil*, editorial Aranzadi.

VALPUESTA GASTAMINZA, E. M^a, *Introducción al Derecho para no Juristas*, ediciones Eunate.

VICENT CHULIÀ, F., *Introducción al Derecho Mercantil*, editorial Tirant lo Blanch.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Economía Mundial		CÓDIGO	GADEMP01-1-006
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Formación Básica	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Pañeda Fernández Cándido		paneda@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
PEREZ RIVERO JOSE LUIS		jrivero@uniovi.es		
Hernández Muñiz Manuel		mmuniz@uniovi.es		
Hernandez Nanclares Nuria		nhernan@uniovi.es (English Group)		
Pañeda Fernández Cándido		paneda@uniovi.es		
CABIEDES MIRAGAYA LAURA		lcabie@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura "Economía Mundial" (Grado en Administración y Dirección de Empresas -módulo: "Entorno Económico", materia: "Entorno Económico de la Empresa"; Grado en Contabilidad y Finanzas -módulo: "Entorno Económico y Social", materia: "Economía Mundial"; Grado en Economía -módulo "Economía Española, Internacional y Sectorial", materia: "Entorno Económico") cumple dos funciones en los grados en los que se incluye:

En primer lugar, introduce algunos de los temas (comercio, finanzas, crecimiento y desarrollo, población, recursos y medio ambiente) presentes en los manuales de introducción a la economía, con lo que, por una parte, contribuye a la formación básica de los estudiantes de dichos grados y, por otra, sirve para poner las bases de diferentes campos de especialización profesional (desde el mundo del comercio exterior y los negocios internacionales hasta el mundo de las relaciones internacionales y los organismos a ellas vinculadas) y académica (desde la Economía Internacional en sus diferentes ramas hasta la Economía del Desarrollo, pasando, entre otros campos, por la Economía de los Recursos Naturales y Ambientales).

En segundo lugar, al centrarse en las cuestiones internacionales (comercio, movilidad de factores y finanzas) y en las dimensiones globales de determinados problemas (desarrollo, población, recursos y medio ambiente), sirve para reforzar la formación cosmopolita de los estudiantes, una formación especialmente oportuna en estos tiempos de globalización de los mercados y las instituciones relacionadas con las cuestiones internacionales.

3. Requisitos

La asignatura "Economía Mundial" tiene un carácter introductorio y, consecuentemente, no tiene requisitos previos.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

A continuación se indican los resultados que se esperan obtener, que, a su vez, se vinculan a las competencias genéricas y específicas propias de la materia en la que se incluye esta asignatura.

- Comprender las principales cuestiones de la economía mundial, tanto de forma individual como mediante la discusión en equipos de trabajo plurales.
- Aplicar los conceptos y métodos básicos de la Economía para entender y analizar las variables clave y los principales problemas de la economía mundial.
- Aprender a utilizar los instrumentos del análisis económico más adecuados para interpretar las relaciones de interdependencia existentes en los ámbitos económicos objeto de estudio.
- Mejorar la capacidad para obtener e interpretar la información y los materiales necesarios para comprender la economía mundial, reconociendo los distintos niveles de calidad de los mismos.
- Afianzar la capacidad para el manejo de herramientas informáticas que le permitan aproximarse, individualmente y en grupo, a la realidad de la economía mundial.
- Afianzar la capacidad para el uso de las tecnologías de la información como forma de comunicación en un entorno de trabajo internacional.
- Discutir y argumentar en un grupo de trabajo multicultural sobre los principales problemas de la economía mundial, siendo capaz de valorar la calidad técnica de los distintos argumentos utilizados.
- Mejorar la capacidad para transmitir, informar y asesorar sobre cuestiones de la economía mundial, sintetizando y compartiendo con los colegas y el público en general los resultados de los trabajos de los que es, individualmente y en grupo, responsable.
- Asumir la necesidad de aumentar la autonomía para enfrentarse al análisis de problemas de la economía mundial, tomando conciencia de su responsabilidad individual y colectiva en lo referente a la calidad de su trabajo.

En síntesis, el objetivo general de la asignatura “Economía Mundial” es introducir el análisis económico y los datos necesarios para enfrentarse a las cuestiones relacionadas con, a) el comercio y la movilidad de factores, b) las finanzas y c) el desarrollo global. En definitiva, se trata de lograr que la persona que realiza este grado sea consciente de que las cuestiones internacionales y globales son un componente inevitable de la agenda de nuestro tiempo y de que puede enfrentarse a las mismas con las herramientas básicas de la economía.

Este objetivo general se pueden concretar en los siguientes puntos:

- 1º) Conocer los datos básicos de la economía mundial y las principales fuentes.
- 2º) Contar con una base analítica sólida para enfrentarse, a un nivel introductorio, a las cuestiones comerciales y financieras internacionales y a la movilidad internacional de los factores.
- 3º) Entender las claves del crecimiento y comprender las dimensiones económicas del problema del subdesarrollo y las estrategias planteadas para resolverlo.
- 4º) Comprender las posibilidades y limitaciones que la población y los recursos plantean al desarrollo, y ser capaz de analizarlas en clave económica.
- 5º) Contar con la base necesaria para cursar las asignaturas del presente grado relacionadas con las cuestiones internacionales y globales.

5. Contenidos

PROGRAMA Y BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

I. Comercio internacional y movilidad de factores

Tema 1.- Análisis básico del comercio internacional

Tema 2.- Políticas comerciales

Tema 3.- Movimiento internacional de factores

II. Finanzas internacionales

Tema 4.- Balanza de pagos y tipos de cambio

Tema 5.- Relaciones monetarias internacionales

III. Desarrollo global

Tema 6.- Crecimiento y desarrollo

Tema 7.- Población, recursos y medio ambiente

SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS: *Economía*, 18ª ed. (2006) o, alternativamente, 19ª ed. (2010), McGraw Hill.

KRUGMAN, P. R. y M. OBSTFELD (2006): *Economía internacional. Teoría y política*, 7ª ed., Pearson (tema 3, capítulo 7).

PROGRAMA DETALLADO Y OBJETIVOS

Tema 1.- Análisis básico del comercio internacional

Contenidos:

1.1.- Las fuentes del comercio internacional y el análisis clásico

1.2.- El análisis neoclásico del comercio internacional

Estructura y horas de clase:

Tras la revisión de algunos conceptos básicos y de las fuentes del comercio, se muestra el análisis clásico, introduciendo, con ejemplos numéricos, la ventaja absoluta de Adam Smith y la ventaja comparativa de David Ricardo. Posteriormente, se centra la atención en el análisis neoclásico, mostrando los efectos del libre comercio tanto en términos de precios y cantidades como en términos de bienestar. (Ocho horas, 4 teóricas y 4 prácticas).

Objetivos:

Conocer los flujos comerciales internacionales.

Conocer y comprender los conceptos:

- *Autarquía y libre comercio*
- *Economía abierta, importaciones y exportaciones, PIB, PNB y renta nacional*
- *Comercio inter-industrial y comercio intra-industrial*
- *Ventaja absoluta y ventaja comparativa*
- *Coste de oportunidad*
- *Términos de intercambio*
- *“País pequeño” y “país grande”*
- *“Excedente del consumidor” y “Excedente del productor”*
- *“Sistema de medida un euro-un voto”*
- *“Efecto producción” y “efecto consumo” al pasar de la autarquía al libre comercio*

Desarrollar las destrezas (análisis, síntesis, aplicación):

- *Análisis numérico de la ventaja absoluta y de la ventaja comparativa*
- *Análisis gráfico de la ventaja comparativa*

Planteamiento de una actividad de evaluación continua voluntaria:

- *Lecturas Fijación de las lecturas (máximo en torno a las 15 páginas) y de la fecha de control de las mismas.*

Prácticas:

Aplicación: efectos del libre comercio para el país exportador.

Bibliografía básica:

SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2006), páginas 285-289 y 293-295 o SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2010), páginas 345-350 y 354-355.

Tema 2.- Políticas comerciales

Contenidos:

- 2.1.- El arancel y las barreras no arancelarias
- 2.2.- Libre comercio y protección: teoría e instituciones

Estructura y horas de clase:

En el tema anterior se mostró que el libre comercio era un juego de suma positiva, pero lo cierto es que los países no siempre lo practican y prefieren en muchas ocasiones la protección. En este tema se presentan las barreras al comercio (el arancel y las barreras no arancelarias) y se analizan los efectos de las mismas, y se exponen los principales argumentos que laten tras la protección y el marco institucional que rige las relaciones comerciales internacionales. (Ocho horas, 4 teóricas y 4 prácticas).

Objetivos:

Conocer y comprender los conceptos:

- *Arancel, arancel específico y arancel ad valorem*
- *“Efecto producción” y “efecto consumo” del arancel*
- *Barreras no arancelarias*
- *Contingente, cuota o restricción cuantitativa a la importación*
- *Licencia de importación*
- *Restricción voluntaria a la exportación*
- *Argumento del arancel óptimo*
- *Argumento de la industria naciente*
- *Multilateralismo (GATT- OMC) y regionalismo (integración)*
- *Cláusula de nación más favorecida*
- *Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT)*
- *Organización Mundial de Comercio (OMC)*
- *Negociaciones Comerciales Multilaterales (Rondas Kennedy, Tokio, Uruguay, Doha)*
- *Acuerdos GATT, GATS y ADPIC (TRIPS)*

Conocer los principales argumentos relacionados con el proteccionismo.

Conocer y comprender la evolución de las relaciones comerciales internacionales y su marco institucional.

Desarrollar las destrezas (análisis, síntesis, aplicación):

- *Análisis gráfico del arancel*

Prácticas:

Ejercicios sobre macromagnitudes.

Bibliografía básica:

SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2006), páginas 295-305 o SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2010), páginas 355-367.

Tema 3.- Movimiento internacional de factores

Contenidos:

3.1.- El análisis económico de la movilidad internacional del trabajo

3.2.- El análisis económico de las empresas multinacionales

Estructura y horas de clase:

La teoría del comercio se basa en la movilidad perfecta de bienes y servicios (el libre comercio) y en la inmovilidad internacional de los factores, pero en realidad no es posible entender el mundo actual sin las multinacionales y las migraciones, que se convierten en el objetivo de este tema. (Ocho horas, 4 teóricas y 4 prácticas).

Objetivos:

Conocer y comprender los conceptos:

- *Movimientos internacionales de capital y entradas y salidas de capital*
- *Inversión directa extranjera e inversión en cartera*
- *Empresa multinacional, matriz y filial*
- *Precios de transferencia*
- *Comercio intra-empresa o intra-firma*
- *Marco OLI (Propiedad, Localización, Internalización)*

Conocer y comprender la magnitud y las características de las migraciones y la inversión directa extranjera.

Desarrollar las destrezas (análisis, síntesis, aplicación):

- *Análisis gráfico de la movilidad internacional del trabajo*
- *Análisis literario del marco OLI*

Prácticas:

Aplicación: efectos de la movilidad internacional del capital.

Bibliografía básica:

KRUGMAN, P. R. y M. OBSTFELD (2006), páginas 159-166 y 168-173.

Tema 4.- Balanza de pagos y tipos de cambio

Contenidos:

4.1.- La balanza de pagos

4.2.- El tipo de cambio

Estructura y horas de clase:

El bloque correspondiente a las finanzas internacionales se inicia con la presentación de la balanza de pagos desde un punto de vista contable y con la introducción de los tipos de cambio. Las curvas de oferta y demanda de divisas se deducen de los movimientos de bienes y servicios, para mostrar su conexión con el bloque anterior, dedicado a las cuestiones comerciales. El tema se cierra con la presentación del punto de referencia del tipo de cambio a muy largo plazo (la Paridad del Poder Adquisitivo, PPA), que también es importante por su utilización en las comparaciones internacionales. (Ocho horas, 4 teóricas y 4 prácticas).

Objetivos:

Conocer y comprender los conceptos y los términos:

- *Balanza de pagos*
- *Flujos versus stocks*
- *Ingresos y pagos, créditos y débitos, activos y pasivos*
- *Déficit, superávit*
- *Balanza comercial*
- *Balanza por cuenta corriente*
- *Inversión extranjera neta*
- *Cuenta de capital*
- *Capacidad o necesidad de financiación*
- *Cuenta financiera*
- *Reservas y variación de reservas*
- *Saldo de la balanza de pagos*
- *Divisas y mercado de divisas*
- *Tipo de cambio*
- *Apreciación y depreciación*
- *Paridad del poder adquisitivo y Ley del precio único*

Desarrollar las destrezas (análisis, síntesis, aplicación):

- *Contabilidad de la balanza de pagos*
- *Obtención de las curvas del mercado de divisas vía comercio*
- *Desplazamientos de las curvas del mercado de divisas*

Prácticas:

Ejercicios sobre la balanza de pagos.

Bibliografía básica:

SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2006), páginas 575-585 o SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2010), páginas 562-573.

Tema 5.- Relaciones monetarias internacionales

Contenidos:

5.1.- El tipo de cambio fijo y el Patrón Oro

5.2.- Del Sistema de Bretton Woods a la era de la flotación

Estructura y horas de clase:

Una vez que, en el tema anterior, se han introducido los elementos más básicos de los tipos de cambio, procede aplicarlos a la realidad. Este es el objetivo del presente tema, en el que se presentan los diversos sistemas cambiarios y se revisa la experiencia habida con los tres principales sistemas empleados hasta la actualidad. (Ocho horas, 4 teóricas y 4 prácticas).

Objetivos:

Conocer y comprender los conceptos:

- *Sistema monetario internacional*
- *Tipo de cambio fijo, fijo-ajustable y flexible (o flotante)*
- *Revaluación-devaluación*
- *Patrón Oro*
- *Mecanismo precio-flujo en especie*
- *Sistema de Bretton-Woods, Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial*

Conocer y comprender la evolución de las relaciones monetarias internacionales y su marco institucional.

Desarrollar las destrezas (análisis, síntesis, aplicación):

- *Análisis del mecanismo de ajuste precio-flujo en especie*
- *Análisis gráfico de la intervención en el mercado de divisas*

Prácticas:

Ejercicios sobre los tipos de cambio.

Ejercicios sobre la balanza de pagos y los tipos de cambio.

Bibliografía básica:

SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2006), páginas 585-591 o SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2010), páginas 573-580.

Tema 6.- Crecimiento y desarrollo

Contenidos:

6.1.- El análisis del crecimiento

6.2.- El problema del subdesarrollo y su análisis

Estructura y horas de clase:

La resolución del problema de la pobreza y el subdesarrollo pasa por el crecimiento económico. En este

tema se introduce el concepto de crecimiento y se revisan las teorías sobre la base del modelo neoclásico. Posteriormente, se presenta el problema del subdesarrollo y se exponen los factores y las estrategias de desarrollo, incidiendo especialmente en la dimensión internacional. (Ocho horas, 4 teóricas y 4 prácticas).

Objetivos:

Conocer y comprender los conceptos:

- *Crecimiento económico*
- *Tasas de crecimiento y regla del 70*
- *Modelo neoclásico de crecimiento*
- *Intensificación del capital*
- *Tecnología*
- *Productividad y productividad total de los factores*
- *Contabilidad del crecimiento*
- *Trampa maltusiana*
- *Crecimiento endógeno (nuevas teorías del crecimiento)*
- *Países Desarrollados (PD) y Países En Desarrollo (PED) o Menos Desarrollados (PMD)*
- *Círculos viciosos de la pobreza*
- *Índice de Desarrollo Humano*
- *Sustitución de importaciones y promoción de exportaciones*

Conocer y comprender el problema del subdesarrollo.

Desarrollar las destrezas (análisis, síntesis, aplicación):

- *Análisis gráfico del modelo neoclásico del crecimiento*

Prácticas:

Ejercicios sobre crecimiento y desarrollo.

Bibliografía básica:

SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2006), páginas 542-546, 548-550 y 555-563 o SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2010), páginas 521-525, 528-530 y 540-552.

Tema 7.- Población, recursos y medio ambiente

Contenidos:

7.1.- El análisis económico de la población y de los recursos naturales

7.2.- El análisis económico de la contaminación y los problemas ambientales globales

Estructura y horas de clase:

Un tema central en el análisis de la economía mundial en su conjunto es el relacionado con la población y los recursos, pues actúan como factores que pueden impulsar o limitar la actividad económica. Se comienza con el análisis económico de la población (la teoría económica de la fecundidad) y por el análisis de los recursos naturales apropiables. Posteriormente, se aborda el análisis económico de la contaminación y se le vincula con los problemas ambientales globales. (Ocho horas, 4 teóricas y 4 prácticas).

Objetivos:

Conocer y comprender los conceptos:

- *Transición demográfica, natalidad, fecundidad y mortalidad*
- *Recursos renovables y no renovables*
- *Recursos apropiables y no apropiables*
- *Curva de Kuznets y curva ambiental de Kuznets*
- *Límites al crecimiento y Desarrollo sostenible*
- *Externalidades*
- *Bienes Públicos Globales*
- *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (La “Cumbre de la Tierra”)*
- *Agujero de la capa de ozono y Protocolo de Montreal*
- *Cambio climático, Convenio sobre el Cambio Climático, Protocolo de Kioto, Acuerdo de París, Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático*

Desarrollar las destrezas (análisis, síntesis, aplicación):

- *Teoría microeconómica de la fecundidad*
- *Análisis gráfico del problema de la contaminación*

Prácticas:

Análisis de las fuentes y los datos relacionados con la población y los recursos.

Bibliografía básica:

SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS (2006), páginas 350-367.

6. Metodología y plan de trabajo

La docencia presencial se basa en clases teóricas y prácticas y se completa con las actividades de evaluación continua (vinculadas a las *preguntas de seguimiento*, las *lecturas* y las *tareas*).

Las clases teóricas (28 horas presenciales) serán tipo “método expositivo” (exposición por parte del profesor del contenido de cada lección).

Las clases prácticas (28 horas presenciales) se dedicarán básicamente al logro de dos objetivos: por una parte, a la consolidación de los conocimientos y destrezas adquiridos en las clases teóricas mediante la realización de los correspondientes ejercicios y mediante su aplicación a nuevos casos; por otra, al desarrollo de las capacidades de análisis y síntesis de la información relacionada con el contenido de la asignatura.

Respecto a las tutorías, se dará preferencia a las solicitadas previamente. Por ello, y con el objetivo de garantizar la atención al estudiante y optimizar el tiempo del mismo y del profesor, se deberían concertar con antelación (al inicio o final de las clases, vía correo electrónico...).

En los cuadros siguientes se indican la distribución temporal y por temas de las actividades presenciales y no presenciales.

		TRABAJO PRESENCIAL	TRABAJO NO PRESENCIAL
--	--	---------------------------	------------------------------

Temas	Horas totales	CE	PA	PAI	SE	Total	TRG	TRA	Total
1	19	4	4			8		11	11
2	19	4	4			8		11	11
3	19	4	4			8		11	11
4	19	4	4			8		11	11
5	19	4	4			8		11	11
6	19	4	4			8		11	11
7	19	4	4			8		11	11
Otros	17				4	4		13	13
Total horas	150	28	28		4	60		90	90
(%)	100	18,7	18,7		2,6	40,0		60,0	60,0

CE: clase expositiva, PA: prácticas de aula, PAI: prácticas de aula de informática, SE: sesiones de evaluación, TRG: trabajo en grupo, TRA: trabajo autónomo.

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Teoría del tema 1. Lecturas (fijación y establecimiento de la fecha del control).	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
2	Teoría del tema 2. Aplicación: efectos del libre comercio para el país exportador.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
3	Teoría del tema 2. Ejercicios sobre macromagnitudes.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
4	Teoría del tema 3. Tareas.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
5	Teoría del tema 3. Aplicación: efectos de la movilidad internacional del capital.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
6	Teoría del Tema 4. Tareas.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
7	Teoría del tema 4.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.

	Ejercicios sobre la balanza de pagos.	
8	Teoría del tema 5. Ejercicios sobre los tipos de cambio.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
9	Teoría del tema 5. Ejercicios sobre la balanza de pagos y los tipos de cambio.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
10	Teoría del tema 6. Ejercicios sobre la balanza de pagos y los tipos de cambio.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
11	Teoría del tema 6. Ejercicios sobre crecimiento y desarrollo.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
12	Teoría del tema 7. Tareas.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
13	Teoría del tema 7. Análisis de las fuentes y los datos de la población y los recursos.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.
14	Repaso general.	Estudio, ejercicios y aplicaciones, lecturas.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

En general, la evaluación de la asignatura se basa en el examen, que se celebrará en la fecha fijada por el centro, y en las actividades de evaluación continua (las *tareas*, las *lecturas* y las *preguntas de seguimiento* realizadas a lo largo del cuatrimestre).

En el caso de que haya pruebas fehacientes de un comportamiento incompatible con el propio del ámbito universitario (véase Reglamento de Evaluación), no se tendrá en cuenta la puntuación obtenida por todas las personas involucradas y en todo el componente afectado (el conjunto de las actividades de evaluación continua o el examen).

Las *tareas* (como mínimo dos) versarán sobre aplicaciones y ampliaciones de lo visto en las clases (por ejemplo, búsqueda de datos sobre las características económicas de un país). Todas ellas se anunciarán en el campus virtual con tiempo suficiente para su realización y, cuando proceda, para su discusión en las clases. La puntuación máxima que se puede obtener con las *tareas* es 1,5 puntos.

Las *lecturas* (fijadas en la primera clase) se valoran con un máximo de 1 punto. Se deberán enviar los resúmenes al campus virtual en la fecha establecida. Tras su entrega (como máximo en la fecha límite indicada), habrá un control relacionado con los contenidos de las mismas, que consistirá en responder a una serie de preguntas con apoyo en una copia impresa del texto enviado al campus virtual.

Las *preguntas de seguimiento* (como mínimo dos) se puntuarán con un máximo de 1,5 puntos en su conjunto y se plantearán en cualquier momento de las clases presenciales.

El examen incluirá preguntas sobre a) conceptos, b) análisis gráfico, c) ejercicios y d) aplicaciones. En todas la convocatorias, la calificación final estará formada por la suma de los puntos obtenidos en el examen de dicha convocatoria (que se califica con un máximo de seis puntos) y en las actividades de evaluación continua (calificación máxima posible igual a cuatro puntos; se conserva, pues, en las convocatorias extraordinarias la calificación obtenida en dichas actividades durante el curso). Es importante tener en cuenta que no se superará la asignatura si no se obtiene un mínimo de 2 puntos en el examen.

Tabla resumen

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
------------	-----------------------	-----------------------------------

Continua	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad 1: Tareas (1,5 puntos, un mínimo de dos controles) • Actividad 2: Lecturas (1 punto, un control) • Actividad 3: Preguntas de Seguimiento (1,5 puntos, un mínimo de dos controles) <p>(En las convocatorias extraordinarias se conserva la calificación obtenida en la evaluación continua)</p>	<p style="text-align: right;">15 10</p> <p style="text-align: center;">15</p>
Examen final	<ul style="list-style-type: none"> • 6 puntos <p>(No se supera la asignatura si no se obtiene un mínimo de 2 puntos en el examen)</p>	<p style="text-align: center;">60</p>

De acuerdo con lo establecido a este respecto en el *Reglamento de Evaluación*, “los estudiantes que sigan el régimen de dedicación a tiempo parcial podrán someterse a una prueba de evaluación única” (el examen final) que en este caso se valorará con un máximo de 7,5 puntos (los 2,5 puntos restantes son los correspondientes a las actividades relacionadas con la Ficha País y con las Lecturas, en las que deberán seguir las reglas generales señaladas previamente). En el caso de la dedicación a tiempo parcial, no se superará la asignatura si no se obtiene un mínimo de 2,5 puntos en el examen).

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

La bibliografía básica es la señalada en el apartado de contenidos y está formada por dos manuales:

SAMUELSON, P. A. y W. D. NORDHAUS: *Economía*, 18ª ed. 2006) o, alternativamente, 19ª ed. (2010), McGraw Hill.

KRUGMAN, P. R. y M. OBSTFELD (2006): *Economía internacional. Teoría y política*, 7ª ed., Pearson (tema 3, capítulo 7).

Para el establecimiento de la misma, se ha procurado minimizar el número de manuales de referencia lo máximo posible. De ahí que deba considerarse como puramente orientativa. En el desarrollo de las clases dicha bibliografía básica se complementará con la que se estime más oportuna para cada tema.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Introducción a la Macroeconomía		CÓDIGO	GADEMP01-1-007
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Formación Básica	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
ROZADO FERNANDEZ MARIA LUZDIVINA		lrozado@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
ROIBAS ALONSO DAVID		droibas@uniovi.es		
SUAREZ FERNANDEZ MARIA JOSE		msuarezf@uniovi.es		
Álvarez Fernández Manuel José		mjalvare@uniovi.es		
BESTEIRO GONZALEZ CARLOS		besteiro@uniovi.es		
ROZADO FERNANDEZ MARIA LUZDIVINA		lrozado@uniovi.es		
WALL ALAN JOHN		awall@uniovi.es (English Group)		
Gude Redondo Alberto		gudealberto@uniovi.es		
OREA SANCHEZ LUIS		lorea@uniovi.es		
Álvarez Cuesta Rafael		racuesta@uniovi.es		

2. Contextualización

La microeconomía y la macroeconomía son las dos partes fundamentales en las que se divide tradicionalmente la teoría económica. La asignatura de Introducción a la Macroeconomía continúa la visión analítica de los fundamentos de la economía iniciada en la Introducción a la Microeconomía. Esta asignatura forma parte del módulo de Análisis Económico y se centra en el estudio de los agregados económicos (producción, empleo, precios...). Comienza con la identificación de los principales agregados para analizar después las interrelaciones entre ellos y sus determinantes. Se prestará especial atención a los instrumentos de política macroeconómica, tanto fiscal como monetaria, y a sus efectos sobre las variables más relevantes.

Esta asignatura forma parte del módulo de Análisis Económico y, dentro de este módulo, está incluida en la materia Macroeconomía.

3. Requisitos

Para el desarrollo de la asignatura se requieren conocimientos previos de Matemáticas. En concreto, el alumno debe ser capaz de resolver ecuaciones y sistemas, calcular derivadas y demostrar una cierta destreza en la representación e interpretación de funciones.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo fundamental de la asignatura es que el alumno conozca y sepa manejar las herramientas básicas del análisis económico y que sea capaz de razonar como un economista.

Las competencias genéricas que se pretende que alcancen los estudiantes son:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

Las competencias específicas que se trabajan son:

- Comprender como funciona una economía a nivel agregado y valorar el impacto de cambios en el comportamiento de los agentes o en el marco institucional.
- Comprender y valorar el papel del sector público en la economía.
- Comprender y valorar la dimensión internacional de la economía.
- Analizar y evaluar políticas económicas.
- Aplicar e interpretar la regulación fiscal.

Al finalizar la asignatura, el objetivo es conseguir los siguientes resultados del aprendizaje:

- Identificar los principales agregados utilizados para caracterizar la situación de una economía y comprender su funcionamiento, así como las interrelaciones que se producen entre los distintos sectores y agentes económicos.
- Conocer la importancia de los flujos monetarios en el comportamiento de la economía.
- Entender la influencia del sector exterior y los intercambios internacionales en las principales variables macroeconómicas.
- Explicar las causas de los principales desequilibrios agregados.
- Discutir los principales instrumentos de política macroeconómica de los que disponen los gobiernos.
- Comprender las fuentes del crecimiento, así como el comportamiento macroeconómico en un contexto dinámico.

5. Contenidos

Programa abreviado

Tema 1. Macroeconomía: Objetivos e instrumentos

Tema 2. Principales agregados macroeconómicos

Tema 3. El mercado de bienes

Tema 4. Los mercados financieros

Tema 5. La determinación de la renta en una economía cerrada con precios fijos: el modelo IS-LM

Tema 6. El modelo IS-LM en una economía abierta

Tema 7. La política económica en una economía abierta

Programa detallado

SECCIÓN 1: CONCEPTOS BÁSICOS DE MACROECONOMÍA

Tema 1. Macroeconomía: Objetivos e instrumentos

- De la microeconomía a la macroeconomía
- Los objetivos de la macroeconomía
- Los instrumentos de la política económica

Objetivos del aprendizaje:

1. Enumerar las cuestiones fundamentales que aborda la Macroeconomía así como la metodología de análisis.

Tema 2. Principales agregados macroeconómicos

- La Producción Agregada
- La medida del desempleo
- La medida de la inflación

Objetivos del aprendizaje:

- Conocer las definiciones de los principales agregados económicos.

SECCIÓN 2: LA ECONOMÍA EN EL CORTO PLAZO

Tema 3. El mercado de bienes

- La demanda de bienes: consumo, inversión y gasto público
- La determinación de la producción de equilibrio
- Ahorro e inversión

Objetivos del aprendizaje:

- Desarrollar un primer modelo macroeconómico con el objetivo de conocer cómo se relacionan las diferentes variables agregadas y cómo se determina el empleo de equilibrio.

Tema 4. Los mercados financieros

- La demanda de dinero
- Dinero, sistema bancario y oferta monetaria
- El equilibrio en el mercado monetario: la determinación del tipo de interés

Objetivos del aprendizaje:

Entender qué es el dinero y qué papel juega en la economía.

Tema 5. La determinación de la renta en una economía cerrada con precios fijos: el modelo IS-LM

- El mercado de bienes y la relación IS
- Los mercados financieros y la relación LM
- El modelo IS-LM
- La política fiscal
- La política monetaria

Objetivos del aprendizaje:

- Desarrollar un modelo macroeconómico que permita integrar simultáneamente el mercado de bienes y el mercado de dinero.
- Conocer los efectos de la política fiscal y monetaria en un modelo de corto plazo.

SECCIÓN 3. LA ECONOMÍA ABIERTA

Tema 6. El modelo IS-LM en una economía abierta

- La apertura de los mercados de bienes: exportaciones, importaciones y tipos de cambio
- La apertura de los mercados financieros: la balanza de pagos, las relaciones entre tipos de interés y tipos de cambio
- El equilibrio en el mercado de bienes en una economía abierta
- El equilibrio en los mercados financieros en una economía abierta
- El equilibrio conjunto en los mercados de bienes y financieros en una economía abierta

Objetivos del aprendizaje:

- Analizar los efectos derivados de la introducción del sector exterior en el modelo macroeconómico.
- Determinar el modelo IS-LM de equilibrio en el contexto de una economía abierta.

Tema 7. La política económica en una economía abierta

- Los cambios en la demanda interior y extranjera
- Los efectos de la política fiscal en una economía abierta
- Los efectos de la política monetaria en una economía abierta

- La política económica y los tipos de cambio

Objetivos del aprendizaje:

- Analizar los efectos de la política económica en una economía abierta.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente incluye:

Actividades presenciales:

- Clases expositivas, en las que se exponen y explican los conocimientos que deben adquirir los estudiantes y se les orienta sobre los contenidos que se impartirán en la siguiente clase.
- Clases prácticas, en las que se resolverán ejercicios relacionados con los contenidos teóricos, se plantearán cuestiones que complementen las clases expositivas y se comentarán casos reales extraídos de la prensa. Con las clases prácticas se pretende que el estudiante afiance su comprensión de la materia y desarrolle su capacidad para el análisis y aplicación de los modelos teóricos.

Actividades no presenciales:

- El estudiante debe realizar una primera lectura de los contenidos que se explicarán en las clases expositivas, preparar los contenidos impartidos y reflexionar sobre los mismos, resolver los ejercicios y cuestiones que plantee el profesor, tanto los que se realicen en las clases prácticas como los que haya propuesto para realizar fuera del aula y preparar el examen final.

Cronograma

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Tema 1. Macroeconomía: Objetivos e instrumentos	Lecturas.
2	Tema 2. Principales agregados macroeconómicos	Lecturas y resolución de problemas.
3	Tema 3. El mercado de bienes	Lecturas y resolución de problemas.
4	Tema 3. El mercado de bienes	Lecturas y resolución de problemas.
5	Tema 3. El mercado de bienes	Lecturas y resolución de problemas.

6	Tema 4. Los mercados financieros	Lecturas y resolución de problemas.
7	Tema 4. Los mercados financieros	Lecturas y resolución de problemas.
8	Tema 5. La determinación de la renta en una economía cerrada con precios fijos: el modelo IS-LM	Lecturas y resolución de problemas.
9	Tema 5. La determinación de la renta en una economía cerrada con precios fijos: el modelo IS-LM	Lecturas y resolución de problemas.
10	Tema 6. El modelo IS-LM en una economía abierta	Lecturas y resolución de problemas.
11	Tema 6. El modelo IS-LM en una economía abierta	Lecturas y resolución de problemas.
12	Tema 6. El modelo IS-LM en una economía abierta	Lecturas y resolución de problemas.
13	Tema 7. La política económica en una economía abierta	Lecturas y resolución de problemas.
14	Tema 7. La política económica en una economía abierta	Lecturas y resolución de problemas.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura consta de dos elementos:

- **Evaluación continua:** consistirá en la realización de dos pruebas de seguimiento en las que se plantearán cuestiones teóricas y ejercicios relacionados con los contenidos impartidos hasta el momento de su realización. La calificación máxima de cada prueba será de 1.5 puntos.

En relación a la repetición de pruebas de evaluación, solamente se admitirán los cauces oficiales incluidos en el Reglamento de Evaluación. La solicitud al Sr. Decano para la repetición de pruebas deberá ser entregada en el Registro y requerirá que el alumno presente la documentación precisa con el cumplimiento de los plazos requeridos a tal efecto. Si el Sr. Decano autoriza la repetición, la prueba se realizará, siempre que sea posible, de manera oral.

Adicionalmente, el alumno podrá obtener 1 punto en función de otro tipo de méritos según los criterios que establezca el profesor (participación en clase, ejercicios, etc.) Estas actividades no serán susceptibles de repetición.

- **Examen final:** el alumno deberá responder a preguntas teóricas relacionadas con la asignatura y resolver problemas concretos. La calificación máxima será de 6 puntos en las dos primeras convocatorias del curso académico (mayo y julio) y de 10 en la tercera convocatoria del curso académico (extraordinaria adelantada de dic-enero).
- **La calificación final**, en las dos primeras convocatorias del curso académico (mayo y julio), será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y en el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40%. En la tercera convocatoria del curso académico (extraordinaria adelantada de dic-enero) el examen final permitirá obtener el 100% de la calificación.
- En el caso de los estudiantes con **evaluación diferenciada concedida**, la evaluación de la asignatura se realizará mediante un único examen sobre un valor de 10 puntos, en cada una de las tres convocatorias de la asignatura.

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
Continua	· 1ª Prueba de seguimiento (Temas 1, 2 y 3)	40%
	· 2ª Prueba de seguimiento (Temas 4 y 5)	
	· Otras actividades y ejercicios	
Examen final	1ª y 2ª convocatoria del curso académico (mayo y julio)	60%
	3ª convocatoria del curso académico (extraordinaria adelantada de dic-enero)	100%

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica

Dornbusch, R., Fischer, S. y Startz, R. (2015). *Macroeconomía*. McGraw-Hill, 12ª ed. Madrid.

Mankiw, N. (2014). *Macroeconomía*. Bosch, 8ª ed. Barcelona.

Bibliografía complementaria

Blanchard, O., Amighini, A. y Gavazzi, F. (2012), *Macroeconomía*, Pearson, 5ª ed., Madrid.

Belzunegui, B., Cabrerizo, J., Padilla, R. y Valero, I. (2013), *Macroeconomía: Problemas y ejercicios resueltos*, 3ª ed., Prentice-Hall, Madrid.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Introducción a la Microeconomía		CÓDIGO	GADEMP01-1-008
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Formación Básica	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
ABELLAN COLODRON MARIA CONSUELO		cabellan@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
ABELLAN COLODRON MARIA CONSUELO		cabellan@uniovi.es		
CANAL DOMINGUEZ JUAN FRANCISCO		jfcanal@uniovi.es		
ROIBAS ALONSO DAVID		droibas@uniovi.es		
LORENCES RODRIGUEZ JOAQUIN MANUEL		jloren@uniovi.es		
SUAREZ FERNANDEZ MARIA JOSE		msuarezf@uniovi.es		
ALVAREZ PINILLA ANTONIO MARIA		alvarez@uniovi.es (English Group)		
García González Ángel		agarciag@uniovi.es		

2. Contextualización

La microeconomía y la macroeconomía son las dos partes fundamentales en las que se divide tradicionalmente la teoría económica. La asignatura de Introducción a la Microeconomía supone la primera aproximación del alumno a los fundamentos del análisis teórico de la economía.

La asignatura presenta al estudiante el objetivo fundamental del análisis económico, consistente en la asignación de recursos escasos. Tras presentar dicho problema se desarrolla la teoría elemental del mercado como institución fundamental de asignación y se realiza una introducción a la eficiencia de los mercados competitivos y a la ineficiencia de otras estructuras de mercado.

Esta asignatura forma parte del módulo de Análisis Económico y, dentro de este módulo, está incluida en la materia Microeconomía.

3. Requisitos

Para el desarrollo de la asignatura se requieren conocimientos previos en Matemáticas, a nivel del Bachillerato de Ciencias Sociales. El alumno debe ser capaz de resolver ecuaciones y sistemas, calcular derivadas y demostrar una cierta destreza en la representación e interpretación de funciones y sus puntos críticos fundamentales. También se requieren nociones básicas de Teoría Económica, a nivel de bachillerato: el alumno debe conocer los conceptos de Economía como ciencia, coste de oportunidad, oferta, demanda y elasticidad.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo fundamental de la asignatura es que el alumno conozca y sepa manejar las herramientas

básicas del análisis económico y que sea capaz de razonar como un economista.

Las competencias genéricas que se pretende que alcancen los estudiantes son:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

Las competencias específicas que se trabajan son:

- Comprender los mecanismos básicos de funcionamiento y estructura de los mercados.
- Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

Al finalizar la asignatura, el objetivo es que conseguir los siguientes resultados del aprendizaje:

- Comprender el problema central de la escasez y asignación de recursos.
- Conocer el papel de los mercados competitivos como forma de asignación de los recursos.
- Conocer los fundamentos teóricos del comportamiento de las empresas en sus decisiones de maximización de beneficios.
- Comprender el funcionamiento de distintas estructuras de mercado y sus consecuencias sobre la eficiencia económica.

5. Contenidos

Programa										abreviado
Tema			1:							Introducción
Tema	2:		La	conducta						del consumidor
Tema		3:			La					producción
Tema				4: El						coste
Tema	5:	La	maximización	de	los	beneficios	y	la	oferta	competitiva
Tema	6:	Análisis de los mercados								

Bibliografía básica

- Pindyck, R. y Rubinfeld, D. (2013), *Microeconomía*, editorial Pearson, 8ª edición.
- Parkin, M. (2013), *Introducción a la Economía*, Pearson, 1ª edición

Bibliografía complementaria

- Frank, R. (2005), *Microeconomía y conducta*, editorial McGraw-Hill, 5ª edición.
- Juan, R. (2006), *Libro de ejercicios. Economía, teoría y política*, editorial McGraw-Hill.
- Krugman, P. y Wells, R. (2006), *Introducción a la Economía. Microeconomía*, editorial Reverté.

Programa detallado

Tema 1: Introducción

- 1.1. El concepto de economía y el coste de oportunidad
- 1.2. La demanda

1.3. La oferta

1.4. El equilibrio y cambios en el equilibrio

Objetivos del aprendizaje:
- Repasar algunas nociones básicas de los problemas económicos de toda sociedad, así como la importancia del concepto de coste de oportunidad.
- Familiarizarse con el lenguaje económico y con el lenguaje matemático aplicado a la ciencia económica.

-Repasar las funciones de oferta y demanda y su aplicación para describir el mecanismo del mercado y de la formación de precios.

Material de consulta recomendado:

- Parkin (2013), capítulos 1, 2, 3 y 4
- Pindyck y Rubinfeld (2013), capítulo 1.

Tema 2: La conducta del consumidor

2.1. Las preferencias
2.2. La restricción presupuestaria.
2.3. El equilibrio del consumidor y la demanda

2.4. Elasticidad de la demanda

Objetivos del aprendizaje:
- Identificar los elementos básicos de la teoría del consumo.
- Desarrollar y modelizar el proceso de elección del individuo.
- Entender el efecto sobre la elección del consumidor de los cambios en la renta y en los precios.

Material de consulta recomendado:
• Pindyck y Rubinfeld (2013), capítulo 3 (3.1, 3.2, 3.3, 3.5) y capítulo 4 (4.1, 4.3, 4.4).

Tema 3: La producción

3.1. La tecnología: la función de producción
3.2. La producción con un factor variable: la Ley de los Rendimientos Decrecientes
3.3. La producción con dos factores variables: los rendimientos de escala

Objetivos del aprendizaje:
- Entender el concepto de función de producción de la empresa y la diferencia entre corto plazo y largo plazo en el análisis microeconómico..
- Describir como la tecnología delimita y condiciona la conducta de la empresa, a corto plazo como consecuencia de la ley de rendimientos decrecientes y a largo plazo por el tipo de rendimientos a escala.

Material de consulta recomendado:
• Pindyck y Rubinfeld (2013), capítulo 6.

Tema 4: El coste

- 4.1. Los costes a corto plazo.
4.2. Los costes a largo plazo: las economías de escala.

Objetivos del aprendizaje:
- Entender cómo la remuneración de los factores que utiliza la empresa para producir introduce una nueva restricción a la vez que transmite la información sobre los costes a los que se enfrenta la empresa.
- Conocer el proceso de elección de factores por parte de la empresa que es maximizadora de beneficios y minimizadora de costes.

Material de consulta recomendado:
• Pindyck y Rubinfeld (2013), capítulo 7 (7.1-7.4)

Tema 5: La maximización de los beneficios y la oferta competitiva.

- 5.1. La maximización del beneficio
5.2. Los mercados competitivos.
5.3. El equilibrio a corto plazo
5.4. El equilibrio a largo plazo

Objetivos del aprendizaje:
- Distinguir las características de un mercado competitivo.
- Determinar el nivel de producción que maximiza el beneficio de la empresa competitiva y derivar la curva de oferta de la empresa y de mercado.

Material de consulta recomendado:
• Pindyck y Rubinfeld (2013), capítulo 8 (8.1-8.8)

Tema 6: El análisis de los mercados

- 6.1. El excedente del consumidor y del productor. La eficiencia del equilibrio competitivo.
6.2. Precios máximos y mínimos
6.3. El efecto de un impuesto indirecto.
6.4. La competencia frente a otras estructuras de mercado

Objetivos del aprendizaje:

-Comprender las ventajas de la competencia perfecta como mecanismo de asignación

-Utilizar los conceptos e instrumentos adquiridos para analizar los efectos de distintos tipos de intervenciones estatales sobre los mercados competitivos

-Comparar el resultado competitivo con los resultados alcanzados en otras estructuras de mercado.

Material de consulta recomendado:

Pindyck y Rubinfeld (2013), capítulo 9

Parkin (2013), capítulo 5

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente incluye: Actividades presenciales:

- Clases expositivas, en las que se exponen y explican los conocimientos que deben adquirir los estudiantes y se les orienta sobre los contenidos que se impartirán en la siguiente clase.
- Clases prácticas, en las que se resolverán ejercicios relacionados con los contenidos teóricos, se plantearán cuestiones que complementen las clases expositivas y se comentarán casos reales extraídos de la prensa. Con las clases prácticas se pretende que el estudiante afiance su comprensión de la materia y desarrolle su capacidad para el análisis y aplicación de los modelos teóricos.

Actividades no presenciales:

- El estudiante debe realizar una primera lectura de los contenidos que se explicarán en las clases expositivas, preparar los contenidos impartidos y reflexionar sobre los mismos, resolver los ejercicios y cuestiones que plantee el profesor, tanto los que se realicen en las clases prácticas como los que haya propuesto para realizar fuera del aula y preparar el examen final.

Cronograma:

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Tema 1. Introducción	Lecturas.
2	Tema 2. La conducta del consumidor	Lecturas y resolución de problemas.
3	Tema 2. La conducta del consumidor	Lecturas y resolución de problemas.
4	Tema 2. La conducta del consumidor	Lecturas y resolución de problemas.
5	Tema 3. La producción	Lecturas y resolución de problemas.
6	Tema 3. La producción	Lecturas y resolución de problemas.
7	Tema 4. El coste	Lecturas y resolución de problemas.
8	Tema 4. El coste	Lecturas y resolución de problemas.
9	Tema 4. El coste	Lecturas y resolución de problemas.
10	Tema 4. El coste	Lecturas y resolución de problemas.
11	Tema 5. La maximización de los beneficios y la oferta competitiva	Lecturas y resolución de problemas.
12	Tema 5. La maximización de los beneficios y la oferta competitiva	Lecturas y resolución de problemas.
13	Tema 6. El análisis de los mercados	Lecturas y resolución de problemas.
14	Tema 6. El análisis de los mercados	Lecturas y resolución de problemas.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura consta de dos partes:

- Evaluación continua: Consistirá en un número no superior a 4 ni inferior a 2 pruebas de

seguimiento, en las que se plantearán cuestiones teóricas y ejercicios relacionados con los contenidos impartidos hasta el momento de su realización. La calificación máxima de cada prueba será de 1,5 puntos. Además, se puede obtener otro punto mediante la participación y la resolución y entrega de ejercicios o cuestiones en las clases.

- Examen final: el alumno deberá responder a preguntas teóricas relacionadas con la asignatura y resolver problemas concretos. Con el examen se puede obtener una calificación máxima de 6 puntos.

La calificación final de la asignatura será la suma de las notas obtenidas en la evaluación continua y en el examen final.

En las convocatorias extraordinarias se conserva la calificación obtenida en la evaluación continua.

Los alumnos matriculados en la opción de *Evaluación Diferenciada*, serán evaluados mediante un único examen final de 10 puntos, que se realizará en la fecha y lugar previstos para el examen final.

Tabla resumen

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
Continua	• De 2 a 4 pruebas de seguimiento	30%
	• Participación en las clases	10%
Examen final		60%

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica

Pindyck, R. y Rubinfeld, D. (2013), *Microeconomía*, editorial Pearson, 8ª edición.

Parkin, .M. (2013), *Introducción a la Economía*, editorial Pearson, 1ª edición.

Bibliografía complementaria

Frank, R. (2005), *Microeconomía y conducta*, editorial McGraw-Hill, 5ª edición.

Juan, R. (2006), *Libro de ejercicios. Economía, teoría y política*, editorial McGraw-Hill.

Krugman, P. y Wells, R. (2006), *Introducción a la Economía. Microeconomía*, editorial Reverté.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Introducción a la Contabilidad		CÓDIGO	GADEMP01-1-009
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Formación Básica	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
GARCIA DIEZ JULITA		julita@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
Castro Pérez María Olga		ocastro@uniovi.es		
Rubín Fernández Inés		irubin@uniovi.es		
CABAL GARCIA ELENA AGUSTINA		ecabalg@uniovi.es		
GARCIA DE LA IGLESIA MARIA ISABEL		isgarcia@uniovi.es		
CUERVO HUERGO JOSE CARLOS		jccuervo@uniovi.es		(English Group)
Rodríguez Enríquez Eduardo		erodri@uniovi.es		
FE CANTO CELIA		ccanto@uniovi.es		
MORO PRIETO MARIA ANTONIA		mamoro@uniovi.es		
LORCA FERNANDEZ PEDRO		plorca@uniovi.es		
FERNANDEZ RODRIGUEZ MARIA ELENA		meferman@uniovi.es		
GARAY GONZALEZ JOSE ANTONIO		jagaray@uniovi.es		

2. Contextualización

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

En el Grado en Administración y Dirección de Empresas, la asignatura *Introducción a la Contabilidad* se encuadra en el módulo de Contabilidad, en concreto en la materia Contabilidad Financiera. Por ser la primera toma de contacto que tiene el alumno con la Contabilidad va a transmitirle un conjunto de conocimientos básicos que serán de gran utilidad no sólo en asignaturas posteriores de Contabilidad, sino también en general en sus estudios de Grado, e indudablemente en el mercado de trabajo, pues es algo que se le va a demandar, ya sea de forma directa o indirecta.

Esta asignatura, que aborda la Contabilidad desde el punto de vista externo y enfocada a la empresa, permitirá al alumno saber cómo se elabora la información contable y cuál es su significado, conociendo la normativa legal aplicable en nuestro país.

Es una asignatura de carácter introductorio, que combina los aspectos teóricos y prácticos, y en la que:

- Se estudian los conceptos contables básicos.
- Se justifica la necesidad de unas normas contables.
- Se realiza una interpretación de los principios y criterios contables para su aplicación en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.

- Se aborda el análisis de la realidad económico-financiera del ciclo contable.
- Se estudia la elaboración y presentación de los estados financieros que sintetizan la información útil a los usuarios para la toma de decisiones económicas.

GRADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

En el Grado en Contabilidad y Finanzas, la asignatura *Introducción a la Contabilidad* se encuadra en el módulo de Contabilidad, en concreto en la materia Contabilidad Financiera. Por ser la primera toma de contacto que tiene el alumno con la Contabilidad va a transmitirle un conjunto de conocimientos básicos que serán de gran utilidad no sólo en asignaturas posteriores de Contabilidad, sino también en general en sus estudios de Grado, e indudablemente en el mercado de trabajo, pues es algo que se le va a demandar, ya sea de forma directa o indirecta.

Esta asignatura, que aborda la Contabilidad desde el punto de vista externo y enfocada a la empresa, permitirá al alumno saber cómo se elabora la información contable, conociendo la normativa legal aplicable en nuestro país, y cuál es su significado, dado que la información que proporciona el sistema contable es de gran utilidad en los procesos de toma de decisiones, tanto por parte de la dirección de la entidad, como por parte de terceros ajenos interesados en ella.

Es una asignatura de carácter introductorio, que combina los aspectos teóricos y prácticos, y en la que:

- Se estudian los conceptos contables básicos.
- Se justifica la necesidad de unas normas contables.
- Se realiza una interpretación de los principios y criterios contables para su aplicación en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.
- Se aborda el análisis de la realidad económico-financiera del ciclo contable.
- Se estudia la elaboración y presentación de los estados financieros que sintetizan la información útil a los usuarios para la toma de decisiones económicas.

GRADO EN ECONOMÍA

En el Grado en Economía, la asignatura *Introducción a la Contabilidad* se encuadra en el módulo de Organización Empresarial, en concreto en la materia Contabilidad.

Esta asignatura, que aborda la Contabilidad desde el punto de vista externo y enfocada a la empresa, permitirá al alumno saber cómo se elabora la información contable y cuál es su significado, conociendo la normativa legal aplicable en nuestro país. Por ser la primera toma de contacto que tiene el alumno con la Contabilidad va a transmitirle un conjunto de conocimientos básicos que serán de gran utilidad no sólo en asignaturas posteriores de Contabilidad, sino también en general en sus estudios de Grado, e indudablemente en el mercado de trabajo, pues es algo que se le va a demandar, ya sea de forma directa o indirecta.

Es una asignatura de carácter introductorio, que combina los aspectos teóricos y prácticos, y en la que:

- Se estudian los conceptos contables básicos.
- Se justifica la necesidad de unas normas contables.
- Se realiza una interpretación de los principios y criterios contables para su aplicación en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.
- Se aborda el análisis de la realidad económico-financiera del ciclo contable.
- Se estudia la elaboración y presentación de los estados financieros que sintetizan la información útil a los usuarios para la toma de decisiones económicas.

GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS

En el Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos, la asignatura *Introducción a la Contabilidad* se encuadra en la materia Organización del trabajo, dirección y gestión de Recursos Humanos.

Por ser la primera toma de contacto que tiene el alumno con la Contabilidad va a transmitirle un conjunto de conocimientos básicos que serán de gran utilidad no sólo en asignaturas posteriores de Contabilidad, sino también en general en sus estudios de Grado, e indudablemente en el mercado de trabajo, pues es algo que se le va a demandar, ya sea de forma directa o indirecta.

Esta asignatura, que aborda la Contabilidad desde el punto de vista externo y enfocada a la empresa, permitirá al alumno saber cómo se elabora la información contable y cuál es su significado, conociendo la normativa legal aplicable en nuestro país.

Es una asignatura de carácter introductorio, que combina los aspectos teóricos y prácticos, y en la que:

- Se estudian los conceptos contables básicos.
- Se justifica la necesidad de unas normas contables.
- Se realiza una interpretación de los principios y criterios contables para su aplicación en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.
- Se aborda el análisis de la realidad económico-financiera del ciclo contable.
- Se estudia la elaboración y presentación de los estados financieros que sintetizan la información útil a los usuarios para la toma de decisiones económicas.

3. Requisitos

Para cursar esta asignatura no se requieren conocimientos previos.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Las competencias generales que se trabajan en la asignatura *Introducción a la Contabilidad* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para trabajar en un contexto de carácter internacional.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.
- Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

Asimismo, las competencias específicas que se trabajan en esta asignatura son las que siguen:

- Aplicar e interpretar la regulación contable nacional e internacional.
- Elaborar y analizar la información contable interna y externa para el control de gestión y la toma

de decisiones.

- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

Por su parte, los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias anteriores, tanto generales como específicas, que se pretende que alcancen los estudiantes a través de su trabajo en el desarrollo de la asignatura son:

- Comprender los conceptos contables básicos e interpretar los principios y criterios contables para aplicarlos en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.
- Comprender la realidad económico-financiera del ciclo contable, calculando correctamente el resultado y elaborando los estados financieros que sintetizan la información.
- Tener un comportamiento ético aplicando las normas contables y el código deontológico que es de obligatorio cumplimiento por todos los contables.
- Interpretar adecuadamente las cuentas anuales de las empresas.
- Interpretar la información contable para obtener conclusiones válidas sobre la evolución económica y financiera histórica y futura de la empresa, a partir de casos reales.
- Identificar y procesar los datos económico-financieros relevantes para la adopción de decisiones.

GRADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

Las competencias generales que se trabajan en la asignatura *Introducción a la Contabilidad* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad de comunicación oral y escrita en lengua nativa.
- Capacidad de utilización de herramientas de informática relativas al ámbito de estudio.
- Habilidad para buscar, analizar e interpretar información procedente de fuentes diversas.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Capacidad de tomar decisiones.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para trabajar en un contexto internacional.
- Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Compromiso ético en el trabajo y motivación por la calidad.
- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Capacidad de liderazgo.
- Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.
- Preocupación hacia temas medioambientales, sociales, de igualdad de trato y de respeto a los valores democráticos.
- Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.

Asimismo, las competencias específicas que se trabajan en esta asignatura son las que siguen:

- Comprender los mecanismos del proceso de tratamiento de la información empresarial.
- Aplicar e interpretar la normativa contable.
- Realizar asesoramiento en materia contable y fiscal.
- Analizar e interpretar los estados financieros de la empresa.
- Elaborar la información contable para la toma de decisiones.
- Aplicar la normativa mercantil en la elaboración de los estados contables.
- Conocer el entorno económico de la actividad empresarial.

Por su parte, los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias anteriores, tanto generales como específicas, que se pretende que alcancen los estudiantes a través de su trabajo en el desarrollo de la asignatura son:

- Comprender los conceptos contables básicos e interpretar los principios y criterios contables para aplicarlos en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.
- Comprender la realidad económico-financiera del ciclo contable, calculando correctamente el resultado y elaborando los estados financieros que sintetizan la información.
- Tener un comportamiento ético aplicando las normas contables y el código deontológico que es de obligatorio cumplimiento por todos los contables.
- Interpretar adecuadamente las cuentas anuales de las empresas.
- Interpretar la información contable para obtener conclusiones válidas sobre la evolución económica y financiera histórica y futura de la empresa, a partir de casos reales.

GRADO EN ECONOMÍA

Las competencias genéricas que se trabajan en la asignatura *Introducción a la Contabilidad* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para trabajar en un contexto de carácter internacional.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.
- Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

Asimismo, las competencias específicas que se trabajan en esta asignatura son las que siguen:

- Analizar e interpretar la información contable para la toma de decisiones.

Por su parte, los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias anteriores, tanto generales como específicas, que se pretende que alcancen los estudiantes a través de su trabajo en el desarrollo de la asignatura son:

- Comprender los conceptos contables básicos e interpretar los principios y criterios contables para aplicarlos en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.
- Comprender la realidad económico-financiera del ciclo contable, calculando correctamente el resultado y elaborando los estados financieros que sintetizan la información.
- Tener un comportamiento ético aplicando las normas contables y el código deontológico que es de obligatorio cumplimiento por todos los contables.
- Interpretar adecuadamente las cuentas anuales de las empresas.
- Interpretar la información contable para obtener conclusiones válidas sobre la evolución económica y financiera histórica y futura de la empresa, a partir de casos reales.
- Identificar y procesar los datos económico-financieros relevantes para la adopción de decisiones por parte de la Dirección.

GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS

Las competencias genéricas que se trabajan en la asignatura *Introducción a la Contabilidad* son las siguientes:

- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.

Asimismo, las competencias específicas que se trabajan en esta asignatura son las que siguen:

- Aplicar el conocimiento de la organización y dirección de empresas.
- Aplicar el conocimiento de auditoría sociolaboral.
- Capacidad de transmitir y comunicarse por escrito y oralmente usando la terminología propia de las relaciones laborales y los recursos humanos.
- Capacidad de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación en los diferentes ámbitos de las relaciones laborales y recursos humanos.
- Capacidad para aplicar las distintas técnicas de evaluación y auditoría sociolaboral.
- Aplicar los conocimientos sobre las relaciones laborales y recursos humanos a la práctica.

Por su parte, los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias anteriores, tanto generales como específicas, que se pretende que alcancen los estudiantes a través de su trabajo en el desarrollo de la asignatura son:

- Comprender los conceptos contables básicos e interpretar los principios y criterios contables para aplicarlos en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.
- Comprender la realidad económico-financiera del ciclo contable, calculando correctamente el resultado y elaborando los estados financieros que sintetizan la información.
- Tener un comportamiento ético aplicando las normas contables y el código deontológico que es de obligatorio cumplimiento por todos los contables.
- Interpretar adecuadamente las cuentas anuales de las empresas.

5. Contenidos

Seguidamente se presenta el programa abreviado de la asignatura *Introducción a la Contabilidad*.

Programa abreviado

Tema 1.- Concepto y división de la Contabilidad

Tema 2.- Patrimonio empresarial

Tema 3.- Registro contable

Tema 4.- Normativa contable

Tema 5.- El ciclo contable

Tema 6.- Activo

Tema 7.- Patrimonio neto y pasivo

Tema 8.- Determinación del resultado

Tema 9.- Cuentas anuales

A continuación se recoge el programa desarrollado de la asignatura, junto con los objetivos particulares para cada tema.

Programa desarrollado y objetivos por temas

Tema 1.- Concepto y división de la Contabilidad

- 1.1. La necesidad de información económica
- 1.2. Concepto de Contabilidad
- 1.3. División de la Contabilidad

Objetivo general del tema:

Justificar la necesidad de información contable y delimitar la materia objeto de estudio en esta asignatura.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Identificar la Contabilidad como un sistema de información.
- Resaltar la importancia de la Contabilidad en la toma de decisiones empresariales.
- Distinguir las diversas ramas que integran la ciencia contable y situar la Contabilidad Financiera empresarial.

Tema 2.- Patrimonio empresarial

- 2.1. La actividad empresarial
- 2.2. Concepto contable de patrimonio
- 2.3. Elementos y masas patrimoniales
- 2.4. Ordenación del patrimonio

Objetivo general del tema:

Estudiar el patrimonio empresarial y sus componentes.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Explicar la actividad que desarrolla una empresa.
- Identificar el patrimonio empresarial.
- Enumerar los elementos patrimoniales de una empresa.
- Distinguir claramente las diferentes masas patrimoniales, así como organizar los elementos patrimoniales en masas y submasas patrimoniales.
- Comprender la ecuación fundamental del patrimonio y el efecto de las transacciones empresariales sobre ella.

Tema 3.- Registro contable

- 3.1. El método contable
- 3.2. La cuenta como instrumento de representación y medida
- 3.3. Clasificaciones de las cuentas
- 3.4. El registro de las operaciones contables

Objetivo general del tema:

Estudiar los instrumentos que utiliza la Contabilidad para representar la realidad económica, así como su regulación legal.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Explicar el método contable.
- Definir la cuenta y distinguir entre cuentas de activo, pasivo y patrimonio neto, conociendo las reglas de funcionamiento de cada una de ellas (criterios de cargo y abono).
- Diferenciar entre cuentas de Balance y cuentas de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Identificar los principales libros contables y sus funciones, en especial el Diario y el Mayor.
- Contabilizar operaciones en los libros Diario y Mayor.

Tema 4.- Normativa contable

- 4.1. La normalización contable
- 4.2. Estructura del Plan General de Contabilidad
- 4.3. Principios contables

Objetivo general del tema:

Introducir la norma contable básica de obligado cumplimiento en España: el Plan General de Contabilidad.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Justificar la necesidad de unas normas contables.
- Distinguir las diversas partes del PGC y su contenido.
- Identificar y aplicar a hechos concretos los principios contables contemplados en el PGC.

Tema 5.- El ciclo contable

- 5.1. Contabilidad del inicio del ejercicio
- 5.2. Contabilidad durante el ejercicio
- 5.3. Contabilidad del cierre del ejercicio

Objetivo general del tema:

Analizar las distintas fases que componen el ciclo contable.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Diferenciar las diversas fases en que se divide el proceso contable.
- Enumerar las operaciones contables a realizar al inicio del ejercicio y durante el mismo.
- Identificar el proceso de cierre del ejercicio, que conduce a la determinación del resultado y la formulación de los estados financieros.

Tema 6.- Activo

- 6.1. Clasificación del activo
- 6.2. Existencias
- 6.3. Activo financiero

6.4. Inmovilizado

Objetivo general del tema:

Realizar una aproximación general a las principales partidas que componen el activo.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Realizar una clasificación de las partidas que componen el activo.
- Identificar los elementos integrantes de las existencias e introducir su valoración y registro contable.
- Identificar los elementos integrantes del activo financiero e introducir su valoración y registro contable.
- Identificar las distintas partidas del inmovilizado e introducir su valoración y registro contable.

Tema 7.- Patrimonio neto y pasivo

7.1. Patrimonio neto

7.2. Pasivo

Objetivo general del tema:

Realizar una aproximación general a las principales partidas que componen las fuentes de financiación empresarial, distinguiendo entre recursos propios y ajenos.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Realizar una clasificación de las partidas que componen la estructura financiera de la empresa.
- Identificar los elementos integrantes del patrimonio neto e introducir su valoración y registro contable.
- Identificar los elementos integrantes del pasivo e introducir su valoración y registro contable.

Tema 8.- Determinación del resultado

8.1. Ingresos y gastos

8.2. Regularización contable

Objetivo general del tema:

Analizar el proceso de cálculo del resultado del ejercicio.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Identificar los ingresos y gastos de la empresa.
- Analizar el proceso de regularización contable.
- Determinar el resultado del ejercicio.

Tema 9.- Cuentas anuales

9.1. Elaboración de las cuentas anuales

9.2. Interpretación de las cuentas anuales

Objetivo general del tema:

Estudiar la elaboración de las cuentas anuales e introducir la interpretación de la información que contienen.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Esquematizar la formulación, auditoría, aprobación, depósito y publicidad de los estados financieros.
- Identificar las cuentas anuales y describir sus componentes.
- Analizar el contenido de las cuentas anuales para obtener información útil en la toma de decisiones empresariales.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de enseñanza-aprendizaje utilizada en la asignatura *Introducción a la Contabilidad* se basa en la combinación de actividades presenciales y no presenciales, incentivando en todo caso la participación activa del alumno, mediante la introducción de elementos de diálogo y argumentación a lo largo de las clases, con la intención de evaluar su comprensión y seguimiento respecto a los temas explicados.

En esta disciplina la teoría y la práctica forman un conjunto perfectamente integrado, de tal forma que no es admisible el planteamiento de un método didáctico para la Contabilidad sin tener en consideración la práctica como parte integrante del mismo, en la cual se intenta poner al alumno en contacto con la realidad y la confrontación de los conocimientos teóricos. Por este motivo, se realizan prácticas de aula que consisten en la discusión y resolución de ejercicios en los que los alumnos adquieren un papel activo, sedimentando así los conocimientos previamente adquiridos y detectando las dudas y lagunas que puedan surgir en su ejecución.

Los materiales didácticos básicos utilizados en el desarrollo de la asignatura son la normativa aplicable, el manual de teoría y el cuadernillo de supuestos prácticos elaborados por los profesores de la asignatura, complementados con otros materiales también preparados por los profesores. Como apoyo a la docencia los alumnos disponen de otras referencias bibliográficas para complementar tanto los aspectos teóricos como prácticos de la asignatura, así como de páginas web de organismos nacionales e internacionales de las que pueden obtener información relevante y actualizada. Además del material anterior, los profesores ponen a disposición de los alumnos otros contenidos útiles para el estudio de la asignatura a través del Campus Virtual.

Se detalla a continuación la metodología de trabajo establecida para esta asignatura, la cual aparece clasificada en las siguientes actividades:

1. Actividades presenciales: 60 horas

– *Clases expositivas*. En ellas se presentan los conceptos clave y los contenidos que deben adquirir los estudiantes, acompañándolos de numerosos ejemplos. Estas clases son impartidas al grupo completo, no necesariamente como lección magistral, sino procurando una participación activa del alumno en la dinámica de las mismas. El desarrollo de estas clases se apoya en el manual que los profesores han elaborado para los estudiantes y del que disponen con antelación, de modo que pueden preparar el tema antes de que sea explicado en el aula.

– *Prácticas de aula*. En ellas se resolverán ejercicios y supuestos relacionados con los contenidos teóricos, con el fin de que los alumnos afiancen su comprensión de la materia y desarrollen su capacidad para el análisis y la aplicación de los conocimientos adquiridos en las clases expositivas. Se primará la participación de los estudiantes, así como la comunicación entre los estudiantes y entre los estudiantes y el profesor.

– *Sesión de evaluación*. Prueba escrita teórica y práctica empleada en la evaluación del progreso del estudiante.

2. Actividades no presenciales: 90 horas

– *Trabajo autónomo del estudiante*. Consistente en la lectura de los contenidos que se explicarán en las clases expositivas y el estudio a posteriori de los mismos; la resolución antes de la clase práctica de los

supuestos y ejercicios planteados, el estudio a posteriori de los mismos y la resolución de otros que plantee el profesor para realizar fuera del aula; la preparación, en su caso, de los trabajos prácticos o actividades para discutir o entregar en las clases; y la preparación del examen final.

Seguidamente se resumen las horas de cada actividad:

INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD	Actividad	Horas	Horas (%)
Actividades presenciales	Clases expositivas	28	60 (40%)
	Prácticas de aula	28	
	Evaluación	4	
Actividades presenciales no	Trabajo autónomo	90	90 (60%)
TOTAL		150	150 (100%)

Meramente con carácter orientativo se presenta a continuación una tabla resumen con las horas de las distintas actividades distribuidas por temas:

		TRABAJO PRESENCIAL				TRABAJO PRESENCIAL NO	
Temas	Horas totales	<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>	<i>Evaluación</i>	Total	<i>Trabajo autónomo</i>	Total
TEMA 1	3	1	-		1	2	2
TEMA 2	11	3	2		5	6	6
TEMA 3	23	4	5		9	14	14
TEMA 4	11	3	2		5	6	6
TEMA 5	13	2	4		6	7	7
TEMA 6	30	6	6		12	18	18
TEMA 7	16	3	4		7	9	9

TEMA 8	18	4	4		8	10	10
TEMA 9	13	2	1		3	10	10
Todos los temas	8					8	8
Evaluación	4			4	4		
Total horas	150	28	28	4	60	90	90
(%)	100	18,67	18,67	2,66	40	60	60

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Para valorar los resultados del aprendizaje se utilizará:

1.- Evaluación continua. A través de ella se analizan las diferentes etapas por las que atraviesa el aprendizaje del alumno pudiendo obtenerse para ellas resultados parciales. Este tipo de evaluación se articulará mediante la participación activa del alumno en actividades presenciales, la realización de pruebas objetivas de seguimiento y cuestiones teóricas y prácticas, la resolución de casos, ejercicios y supuestos prácticos, los comentarios de lecturas y otros materiales, así como las exposiciones de trabajos desarrollados en grupo y/o de forma individual. Con la evaluación continua se pretende evaluar el nivel de conocimientos y resultados de aprendizaje adquiridos por el alumno en cada momento del tiempo. Dado que el contenido de esta asignatura es acumulativo y es necesario ir demostrando a lo largo de todo el semestre que se va comprendiendo y asimilando la materia y que se van alcanzando determinados objetivos y resultados de aprendizaje, la evaluación continua no es recuperable.

2.- Examen final. Se trata de la valoración global realizada al final del proceso de aprendizaje, donde se cuantifica y evalúa dicho proceso mediante una calificación. Su finalidad básica será la de medir el nivel de conocimientos del alumno al término de la asignatura. En él se incluirán unas preguntas sobre conceptos básicos mínimos **imprescindibles** para aprobar la asignatura.

Sistema de calificaciones

*La calificación final, en las convocatorias de mayo y junio, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40%. **Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las dos convocatorias mencionadas, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.***

No obstante, en la convocatoria extraordinaria de enero de 2018, por corresponder a un nuevo curso académico, no se conservará la nota de la evaluación continua del curso anterior, realizándose un examen de 10 puntos.

Tabla resumen 1

Convocatorias	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinaria correspondiente al curso académico 2017-2018 y extraordinaria de	Evaluación continua + Examen final	Evaluación continua: 40% Examen final: 60%

junio del curso académico 2017-18		
Extraordinaria de enero de 2018	Examen final	Examen final: 100%

La evaluación continua es imprescindible realizarla en el grupo asignado oficialmente, tanto para las clases expositivas, como para las prácticas de aula.

La calificación total de la evaluación continua (4 puntos sobre 10) se podrá obtener del modo siguiente:

- En el desarrollo de las clases expositivas se realizarán, distribuidas a lo largo del semestre, una o varias pruebas objetivas de seguimiento, que tienen su sentido en momentos específicos del tiempo, pues evalúan su aprendizaje continuo, mediante las cuales el alumno podrá obtener un máximo de 2 puntos. Con ella o ellas el alumno habrá de demostrar las competencias adquiridas en ese momento determinado del tiempo; se trata de un proceso acumulativo en el que es necesario ir demostrando a lo largo del semestre que se van alcanzando ciertos objetivos de aprendizaje, razón por la cual **la evaluación continua no es recuperable**. Si la prueba a realizar fuera tipo test se penalizarán las respuestas mal contestadas.
- En el desarrollo de las clases prácticas de aula se realizarán, distribuidas a lo largo del semestre, una o varias pruebas objetivas de seguimiento, que tienen su sentido en momentos específicos del tiempo, pues evalúan su aprendizaje continuo, mediante las cuales el alumno podrá obtener un máximo de 2 puntos. Con ella o ellas el alumno habrá de demostrar las competencias adquiridas en ese momento determinado del tiempo; se trata de un proceso acumulativo en el que es necesario ir demostrando a lo largo del semestre que se van alcanzando ciertos objetivos de aprendizaje, razón por la cual **la evaluación continua no es recuperable**. Si la prueba a realizar fuera tipo test se penalizarán las respuestas mal contestadas.

Tabla resumen 2

Evaluación del aprendizaje	Actividades y pruebas	Calificación máxima (sobre 10)
Evaluación continua (no recuperable)	<ul style="list-style-type: none"> • En las clases expositivas 	2
	<ul style="list-style-type: none"> • En las clases prácticas 	2
Examen final	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba escrita con cuestiones teóricas y ejercicios prácticos (estableciéndose unos contenidos mínimos imprescindibles) 	6

La asignatura se considerará aprobada cuando, superadas las cuestiones sobre conceptos básicos mínimos **imprescindibles**, la calificación final obtenida sea igual o superior a cinco puntos (sobre 10).

Sistema de evaluación de los estudiantes a tiempo parcial

No obstante lo anterior, los estudiantes que sigan el régimen de dedicación a tiempo parcial, conforme al

artículo 7 del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado, debidamente acreditados, podrán someterse a una prueba de evaluación única, que coincidirá en fecha con el examen final al que se ha hecho referencia anteriormente para el resto de los alumnos. La calificación máxima de la citada prueba será de 10 puntos, y se considerará superada la asignatura con un mínimo de 5 puntos en dicha prueba final y única.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Legislación

Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad (BOE de 20 de noviembre).

Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas y los criterios contables específicos para microempresas (BOE de 21 de noviembre).

Real Decreto 602/2016, de 2 de diciembre, por el que se modifican el Plan General de Contabilidad aprobado por el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre; el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas aprobado por el Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre; las Normas para la Formulación de Cuentas Anuales Consolidadas aprobadas por el Real Decreto 1159/2010, de 17 de septiembre; y las Normas de Adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos aprobadas por el Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre (BOE de 17 de diciembre).

Bibliografía básica

Varios Autores (2014): "Manual de Introducción a la Contabilidad", 2ª EDICIÓN, Ediuno Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo.

Varios Autores (2013): "Supuestos Prácticos de Introducción a la Contabilidad", Ediuno, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo.

Bibliografía complementaria

Arquero Montano, J. L.; Jiménez Cardoso, S. M. y Ruiz Albert, I. (2011): "Introducción a la Contabilidad", Pirámide, Madrid.

Dieguez Soto, J. (2015): "Contabilidad Financiera. El Plan General de Contabilidad", Pirámide, Madrid.

García Benau, M. A. (2011): "Introducción a la Contabilidad", Centro de Estudios Financieros, Madrid.

Larrán Jorge, M. (Coord.) (2009): "Fundamentos de Contabilidad Financiera. Teoría y Práctica", Pirámide, Madrid.

López Díaz, A. (Dir.) (2008): "Manual de Contabilidad Financiera", Universitas, Madrid.

Montesinos Julve, V. (2010): "Fundamentos de Contabilidad Financiera", Pirámide, Madrid.

Rodríguez Ariza, L. y López Pérez, M.V. (2015): "Contabilidad General. Teoría y Práctica", Pirámide, Madrid.

Socias Salvá, a. y otros Autores (2016): "Contabilidad Financiera. El Plan General de Contabilidad", 3ª ed, 1ª reimpr, Pirámide, Madrid.

Socias Salvá, a. y otros Autores (2011): "Contabilidad Financiera. El Plan General de Contabilidad.

Supuestos”, Pirámide, Madrid.

Varios Autores (2009a): “Manual de Contabilidad Financiera y Analítica I”, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo.

Varios Autores (2009b): “Manual de Contabilidad Financiera y Analítica II”, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo.

Wanden-Berghe, J.L. y Fernández Daza, E. (2012): “Introducción a la Contabilidad”, Pirámide, Madrid.

En materia contable básica, se puede consultar información recogida por los siguientes organismos en sus páginas web:

Organismo	Página Web
Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)	www.aeca.es
Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)	www.cnmv.es
Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC)	www.icac.meh.es
International Accounting Standards Board (IASB)	www.iasb.org
Unión Europea (UE)	www.ec.europa.eu/internal_market/accounting

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Economía de la Empresa		CÓDIGO	GADEMP01-1-010
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Formación Básica	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
VAZQUEZ ORDAS CAMILO JOSE		cvordas@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
SANCHEZ LORDA PABLO		psanchez@uniovi.es		
GONZALEZ-BUSTO MUGICA BEGOÑA		bbusto@uniovi.es		
Fernández Muñiz Beatriz		beatrizf@uniovi.es		
González Fidalgo Eduardo		efidalgo@uniovi.es		(English Group)
Gonzalez Diaz Manuel		mgdiaz@uniovi.es		
LOPEZ FERNANDEZ MARIA BEGOÑA		blopez@uniovi.es		(English Group)
Solís Rodríguez Vanesa Agustina		solisvanesa@uniovi.es		
VAZQUEZ ORDAS CAMILO JOSE		cvordas@uniovi.es		
MONTES PEON JOSE MANUEL		jmmontes@uniovi.es		
ESCANCIANO GARCIA-MIRANDA MARIA DEL CARMEN		cescan@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura *Economía de la Empresa* se considera Formación Básica en la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas. Se vincula a diferentes módulos y materias de los cuatro Grados que se imparten en la Facultad de Economía y Empresa: módulo de "Organización y Dirección", materia de Fundamentos de Empresa, en el caso del Grado en Administración y Dirección de Empresas; módulo de "Organización de Empresas", materia de Fundamentos de Empresa, en el Grado en Contabilidad y Finanzas; módulo de "Organización Empresarial", materia de Fundamentos de Empresa, en el Grado en Economía; y materia de "Organización del Trabajo, Dirección y Gestión de RRHH", en el Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos..

Se trata de la primera asignatura del área de Organización de Empresas que el alumno aborda. Su objetivo es presentar una primera aproximación a la empresa analizando, entre otros, los siguientes aspectos: el papel de la empresa en la economía, tipos de empresa, áreas funcionales, estrategia empresarial. Pretende, por lo tanto, ofrecer al alumno una comprensión global de la misma y dotarle de un armazón en el que luego irán encajando los conocimientos adquiridos en las distintas asignaturas que a lo largo del grado tienen como objetivo principal el análisis de la empresa.

3. Requisitos

Los prerrequisitos exigidos no van más allá de las habilidades exigidas a un alumno para ingresar en la

Universidad.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias genéricas:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para buscar, analizar e interpretar información procedente de fuentes diversas.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad para resolver problemas.
- Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Compromiso ético en el trabajo y motivación por la calidad.

Competencias específicas:

- Conocer las realidades jurídica y social en las que se desenvuelve la actividad económica.
- Comprender el entorno económico-institucional y su impacto sobre la actividad económica.
- Adquirir los conocimientos básicos sobre el funcionamiento y organización empresarial.

Resultados de aprendizaje:

- Comprender la naturaleza de la empresa, su funcionamiento interno y su estructura organizativa.
- Conocer las principales decisiones relacionadas con el área de producción, el área de marketing y el área de finanzas de la empresa.
- Identificar los factores internos y del entorno que configuran la estrategia competitiva de la empresa.

5. Contenidos

Programa abreviado

Tema 1. Introducción a la Economía de la Empresa

Tema 2. Tipos de empresa

Tema 3. Áreas funcionales en la empresa

Tema 4. Función directiva de la empresa

Tema 5. La estrategia empresarial

Programa detallado y objetivos de aprendizaje

Tema 1. Introducción a la Economía de la Empresa

1. El papel de la empresa en la economía
2. El emprendedor y su papel en la economía

1.3. Diferentes enfoques para el estudio de la empresa

1.4. Objetivos de la empresa

Objetivos de aprendizaje

- Reconocer y valorar el papel de la empresa en el entorno económico en el que desempeña su actividad.
- Comprender por qué existen empresas y su contribución a la creación de riqueza.
- Conocer distintos enfoques aplicados en el análisis económico de la empresa.
- Identificar los distintos grupos de interés en la empresa y los diferentes objetivos que pueden tener.

Material de consulta básico

Cuervo, A. (director), 2008: Temas 1 y 3

Tema 2. Tipos de empresa

2.1. Criterios de clasificación

2.2. Empresario individual

2.3. Sociedad anónima

2.4. Sociedad cooperativa

Objetivos de aprendizaje

- Conocer los distintos criterios que se pueden emplear para clasificar a las empresas.
- Identificar las características propias de distintas formas jurídicas que las empresas pueden adoptar.
- Comprender las ventajas que puede conllevar la adopción de determinadas formas jurídicas.
- Deducir los problemas que una empresa puede tener bajo la adopción de una forma jurídica determinada, así como identificar fórmulas que puedan contribuir a atenuar o solucionar los mismos.

Material de consulta básico

Cuervo, A. (director), 2008: Tema 2

Tema 3. Áreas funcionales en la empresa

3.1. Producción

3.2. Marketing

3.3. Finanzas

Objetivos de aprendizaje

- Introducir el estudio de las distintas áreas funcionales de la empresa
- Comprender los aspectos básicos de las áreas comercial, productiva y financiera de la empresa.

- Identificar los distintos tipos de sistemas productivos que una empresa puede utilizar y valorar la opción más adecuada para casos concretos.
- Sugerir, ante casos concretos, posibles decisiones en relación a cada una de las variables de marketing.
- Comprender los aspectos básicos de las decisiones de inversión y financiación de la empresa.

Material de consulta básico

Cuervo, A. (director), 2008: Tema 8, Tema 11, Tema 12, Tema 13 y Tema 14.

Tema 4. Función directiva de la empresa

- 4.1. Las funciones de la dirección
- 4.2. Estructura organizativa
- 4.3. Dirección de recursos humanos

Objetivos de aprendizaje

- Comprender las distintas funciones de la dirección de la empresa, así como el proceso de toma de decisiones.
- Identificar los distintos niveles directivos y determinar cuáles son las destrezas con que debe contar la persona que ocupe esos puestos.
- Sugerir, en una situación dada, la forma que probablemente adopte cada una de las dimensiones estructurales de una organización.
- Identificar los distintos ámbitos de gestión en la administración de los recursos humanos, proponiendo para casos concretos, posibles actuaciones en relación a las diferentes políticas aplicadas en cada caso.

Material de consulta básico

Cuervo, A. (director), 2008: Tema 5, Tema 6 y Tema 7.

Tema 5. La estrategia empresarial

- 5.1. Concepto y niveles de estrategia
- 5.2. Análisis interno y externo de la empresa
- 5.3. Estrategia competitiva
- 5.4. Estrategia corporativa

Objetivos de aprendizaje

- Detectar las características que definen el entorno en que desarrollan su actividad las empresas y valorar su influencia en el desempeño de las mismas.
- Analizar los factores que inciden en el funcionamiento de un sector industrial.
- Distinguir los distintos niveles de la estrategia empresarial e identificar, para casos concretos, la estrategia competitiva seguida.
- Comprender cómo se posicionan las empresas en el mercado
- Distinguir y describir, en casos concretos, las diferentes direcciones y métodos utilizados por las empresas en sus decisiones de crecimiento.

Material de consulta básico

Cuervo, A. (director), 2008: Tema 4.

González y Ventura, 2003: Tema 9 y 10.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de enseñanza y aprendizaje se apoya en actividades de tipo presencial y no presencial.

Actividades presenciales:

- Clases expositivas para introducir y desarrollar los conocimientos básicos de la asignatura, así como los conceptos y fundamentos necesarios para su comprensión. Se apoyan con la utilización de medios audiovisuales y los alumnos cuentan con una bibliografía básica que les ayuda a seguirlas y adquirir dichos conocimientos.
- Prácticas de aula que permitirán aclarar y comprender el alcance práctico de los contenidos de la materia. Tienen un carácter marcadamente participativo, ya que se basarán en la discusión de casos, resolución de ejercicios prácticos y realización de debates, entre otras actividades. En estas sesiones los alumnos podrán elaborar y defender argumentos, así como resolver problemas o cuestiones básicas relacionadas con la naturaleza de la empresa, su dirección, organización y estructura funcional.
- Evaluación del aprendizaje del estudiante.

Actividades no presenciales:

- Trabajo autónomo del estudiante principalmente centrado en el estudio de los contenidos impartidos en las clases y en la preparación de las prácticas de aula con antelación a la realización de las mismas.

El número de horas previsto para las diferentes actividades se recoge en la siguiente tabla:

		TRABAJO PRESENCIAL	TRABAJO PRESENCIAL
--	--	---------------------------	---------------------------

Temas	Horas totales	<i>Clase expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>	<i>Sesiones de evaluación</i>	Total	<i>Trabajo autónomo</i>	Total
Tema 1	23,0	5,0	4,0		9,0	14,0	14,0
Tema 2	30,2	5,2	6,0		11,2	19,0	19,0
Tema 3	30,2	5,2	6,0		11,2	19,0	19,0
Tema 4	31,3	6,3	6,0		12,3	19,0	19,0
Tema 5	31,3	6,3	6,0		12,3	19,0	19,0
Evaluación	4,0			4,0	4,0		0,0
Total horas	150,0	28,0	28,0	4,0	60,0	90,0	90,0
(%)	100,0	18,7	18,7	2,7	40,0	60,0	60,0

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases expositivas	28	18,7	60
	Práctica de aula / seminarios / talleres	28	18,7	
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas	0		
	Prácticas clínicas hospitalarias	0		
	Tutorías grupales	0		
	Prácticas externas	0		
	Sesiones de evaluación	4	2,7	
No presencial	Trabajo en grupo	0		90
	Trabajo individual	90	60	
Total		150		

Los alumnos podrán acceder a los materiales docentes precisos para el desarrollo de estas actividades a través del Campus Virtual de la Universidad. Allí encontrarán a su disposición notas de clase, lecturas

recomendadas, problemas, cuestiones prácticas y otros materiales relacionados. Esta plataforma también posibilita realizar foros de debate y consulta con el profesor. La comunicación con los alumnos se complementa finalmente con el correo electrónico y las web personales de los profesores.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40 %. **Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias**, pero su calificación se conservará en estas convocatorias. La evaluación continua pretende valorar el nivel de conocimientos adquiridos por el alumno en cada momento del tiempo. Habida cuenta de su carácter acumulativo, que requiere que se vaya demostrando a lo largo del semestre que se van alcanzando ciertos objetivos de aprendizaje. La evaluación continua no es recuperable.

La siguiente tabla sintetiza el sistema de evaluación, tanto para la convocatoria ordinaria, como para las extraordinarias:

Tabla resumen

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
Continua	Participación activa en las clases, resolución, entrega personal y por escrito y, en su caso, discusión en el aula, de actividades prácticas propuestas en la fecha que se señale para cada una de ellas o de pruebas de evaluación propuestas por el profesor.	40
Examen final	Realización de un examen tipo test con una única respuesta correcta por pregunta y con penalización del 33,3% por respuesta incorrecta.	60

Procedimiento de evaluación diferenciada

El 60% de la calificación de la asignatura Economía de la Empresa (6 puntos) se obtendrá de la realización de un examen final tipo test con una única respuesta correcta por pregunta y con penalización del 33,3% por respuesta incorrecta. El 40% restante (4 puntos) corresponderá a la evaluación continua.

Las actividades de evaluación continua que figuran en la guía docente son aplicables a las personas que

han solicitado una evaluación diferenciada, si bien desarrollando alguna de ellas con cierta flexibilidad. Las actividades propuestas para la evaluación continua son:

Participación activa en las clases, resolución, entrega personal y por escrito y, en su caso, discusión en el aula, de actividades prácticas propuestas en la fecha que se señale para cada una de ellas o de pruebas de evaluación propuestas por el profesor (4 puntos).

Y las matizaciones para los alumnos con evaluación diferenciada son las siguientes:

A los alumnos de evaluación diferenciada se les permitirá enviar la actividad vía email. La actividad o actividades que deban realizarse en el aula podrán ser sustituidas por otras que impliquen trabajo fuera del aula.

En el caso de las pruebas de evaluación, se podrán realizar en otra fecha alternativa a convenir con el estudiante.

En cuanto a las intervenciones en clases prácticas, la participación y discusión de los temas propuestos en dichas clases se consideran fundamentales para aclarar y comprender el alcance práctico de los principales contenidos de la asignatura. Aunque el alumno no pueda acudir regularmente a clase, es de suponer que ocasionalmente debe hacerlo (el sistema de enseñanza es presencial, no a distancia), por lo que en esas ocasiones tiene oportunidad de obtener puntuación en esta actividad.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica

Cuervo García, A. (director), 2008, *Introducción a la Administración de Empresas*, 6ª ed., Civitas, Madrid.

Bibliografía Complementaria

Arruñada, B., 1990, *Economía de la Empresa: Un Enfoque Contractual*, Ariel, Barcelona.

Daft, R.L., 2005, *Teoría y Diseño Organizacional*, 8ª ed., Paraninfo.

Fernández Sánchez, E., 2005, *Dirección Estratégica de la Empresa. Fundamentos y Puesta en Práctica*, Delta, Madrid.

Fernández Sánchez, E., 2010, *Administración de Empresas. Un Enfoque Interdisciplinar*, Paraninfo, Madrid.

Fernández Sánchez, E., Avella Camarero, L., Fernández Barcala, M., 2006, 2ª ed., *Estrategia de Producción*, McGraw-Hill, Madrid.

Fernández Sánchez, E.; Junquera Cimadevilla, B. y del Brío González, J.A., 2008, *Iniciación a los Negocios. Aspectos Directivos*, Thompson, Madrid.

Fernández Álvarez, A.I., 1994, *Introducción a las Finanzas*, Civitas.

Gómez-Mejía, L.; Balkin, D. y R. Cardy, 2008, *Gestión de Recursos Humanos*, 5ª ed., Prentice Hall, Madrid.

González Domínguez, F.J. 2006, *Creación de empresas. Guía del emprendedor*, Pirámide, Madrid.

González Fidalgo, E. y Ventura Victoria, J., 2003, *Fundamentos de Administración de Empresas*, Pirámide, Madrid.

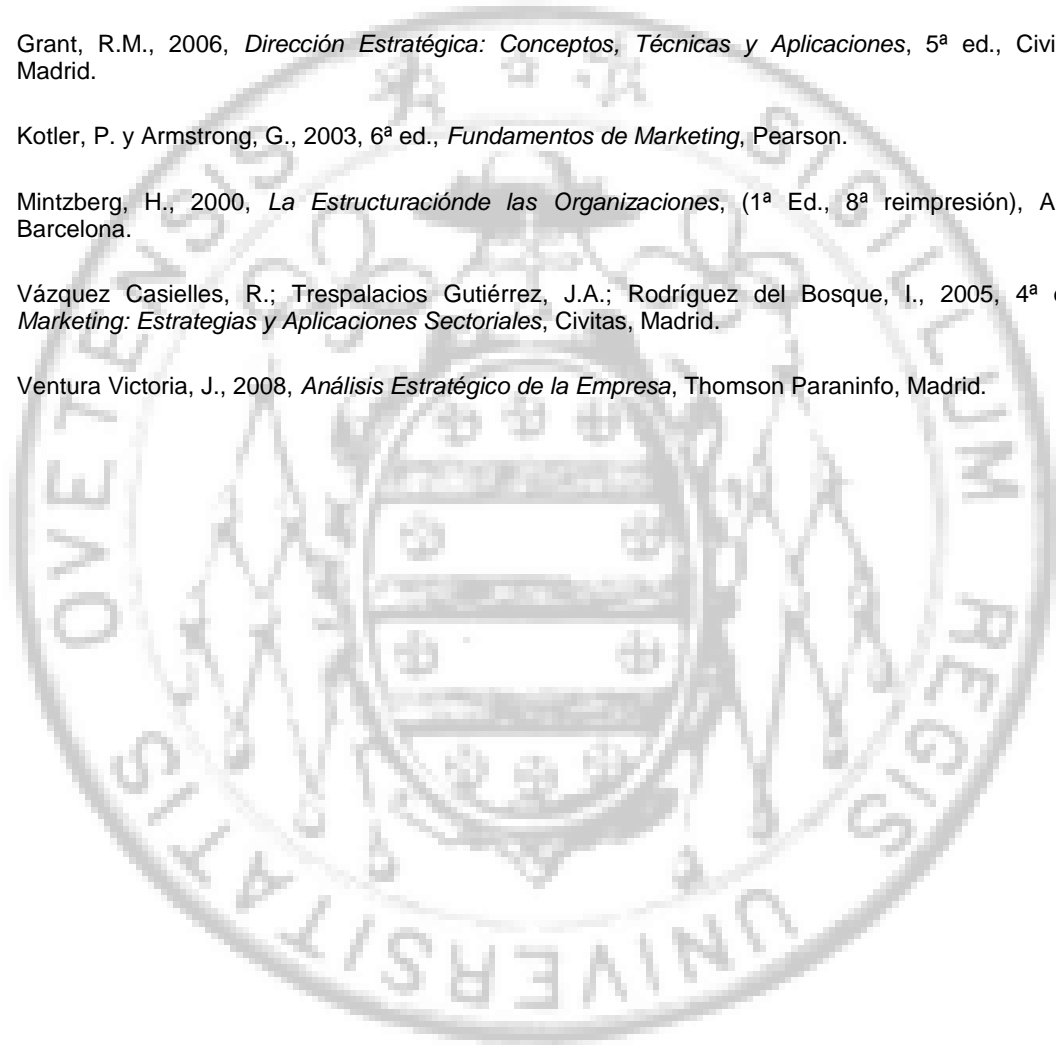
Grant, R.M., 2006, *Dirección Estratégica: Conceptos, Técnicas y Aplicaciones*, 5ª ed., Civitas, Madrid.

Kotler, P. y Armstrong, G., 2003, 6ª ed., *Fundamentos de Marketing*, Pearson.

Mintzberg, H., 2000, *La Estructuración de las Organizaciones*, (1ª Ed., 8ª reimpresión), Ariel, Barcelona.

Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Rodríguez del Bosque, I., 2005, 4ª ed., *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*, Civitas, Madrid.

Ventura Victoria, J., 2008, *Análisis Estratégico de la Empresa*, Thomson Paraninfo, Madrid.



Curso Segundo

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Métodos Estadísticos para la Empresa		CÓDIGO	GADEMP01-2-001
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
LANDAJO ALVAREZ MANUEL		landajo@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
GARCIA MUÑOZ ANA SALOME		asgarcia@uniovi.es		
RAMOS CARVAJAL MARIA DEL CARMEN		cramos@uniovi.es		
VICENTE CUERVO MARIA ROSALIA		mrosalia@uniovi.es (English Group)		
Alvargonzález Rodríguez Mercedes		malvarg@uniovi.es		
LANDAJO ALVAREZ MANUEL		landajo@uniovi.es (English Group)		
Fernández González Paula		pfgonzal@uniovi.es (English Group)		
Moreno Cuartas Blanca		morenob@uniovi.es		

2. Contextualización

Guía docente MÉTODOS ESTADÍSTICOS PARA LA EMPRESA

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Métodos Estadísticos para la Empresa		CÓDIGO	GADEMP01-2-001
TITULACIÓN	Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE)	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CRÉDITOS	6	
PERIODO	2º semestre	IDIOMA	Español/Inglés	

COORDINADOR/ES	TELÉFONO /EMAIL	UBICACIÓN
Manuel Landajo Álvarez	985105055 / landajo@uniovi.es	Planta 2ª, Ala 4 despacho nº 13
PROFESORADO	TELÉFONO /EMAIL	UBICACIÓN
Mercedes Alvargonzález Rodríguez	985103757/ malvarg@uniovi.es	Planta 2ª, Ala 4 despacho nº 3
Paula Fernández González	985103747/ pfgonzal@uniovi.es	Planta 2ª, Ala 4 despacho nº 2
Ana Salomé García Muñiz	985105058/ asgarcia@uniovi.es	2ª planta, ala 4, nº10
Manuel Landajo Álvarez	985105055 / landajo@uniovi.es	Planta 2ª, Ala 4 despacho nº 13
Blanca Moreno Cuartas	985105052/ morenob@uniovi.es	Planta 2ª, Ala 4 despacho nº 1
Carmen Ramos Carvajal	985105054 / cramos@uniovi.es	Planta 2ª, Ala 4 despacho nº 14
María Vicente Cuervo	985105053 / mrosalia@uniovi.es	Planta 2ª, Ala 4 despacho nº 15

2. Papel de la asignatura en el Grado

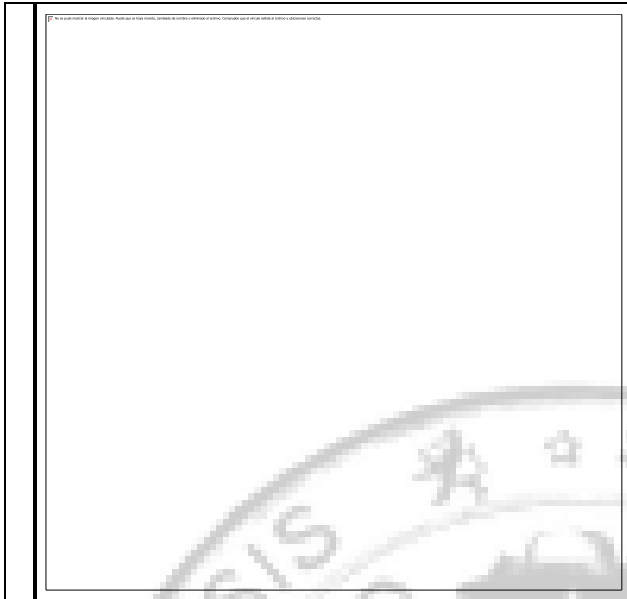
La estadística juega un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad. De ahí que su enseñanza se incluya en los grados en Administración y Dirección de Empresas (ADE) de las universidades españolas y europeas.

Los estudios de Estadística se organizan en el grado de ADE de la Universidad de Oviedo a través de un conjunto de asignaturas de formación básica, obligatorias y optativas.

Así, en el segundo semestre de 1º se imparte la asignatura denominada *Introducción a la Estadística Económica*, con un programa idéntico en los grados de ADE, Economía, Contabilidad y Finanzas, y Relaciones Laborales y Recursos Humanos. En ella se presentan las principales herramientas de la estadística descriptiva y de la estadística económica.

En el segundo semestre de 2º se imparte la asignatura Métodos Estadísticos para la Empresa, que forma parte de la materia "Estadística" del módulo "Métodos Cuantitativos" del grado en ADE y en la que se estudian contenidos de cálculo de probabilidades e inferencia estadística.





Como puede observarse en el esquema, los estudios de estadística continúan en los cursos tercero y cuarto de la titulación. En el tercer curso figura la asignatura de *Econometría*, dedicada a la estimación y contraste de modelos econométricos. En cuarto aparece la asignatura optativa *Análisis Estadístico de Datos*, en la que se estudian un conjunto de herramientas estadísticas habituales en el contexto económico, con el objetivo de que el alumno pueda resolver problemas reales de obtención y análisis de datos. Asimismo, la asignatura aborda un conjunto de técnicas estadísticas orientadas al control de calidad y a la toma de decisiones en el ámbito económico-empresarial.

Además de la interrelación entre las asignaturas de estadística propiamente dichas y, como consecuencia natural de su papel de materia instrumental en el plan de estudios, los conocimientos que proporcionan estas materias son utilizados en otras asignaturas más específicas del grado.

En este contexto, el objetivo global de la asignatura *Métodos Estadísticos para la Empresa* es proporcionar un conjunto de herramientas estadísticas para la resolución de problemas por medio del uso de información muestral. En la asignatura se estudian modelos de probabilidad que encuentran aplicación en la economía y la empresa. También se analizan los aspectos fundamentales de la inferencia estadística, con énfasis especial en la construcción de intervalos de confianza y el contraste de hipótesis.

3. Requisitos

3. Requisitos previos

Como prerequisites para cursar esta asignatura se pueden señalar:

- Conocimientos estadísticos básicos (p.e., promedios, dispersión, distribuciones bidimensionales), estudiados en la asignatura *Introducción a la Estadística Económica*.
- Conocimientos matemáticos que permitan comprender las demostraciones realizadas.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Para el logro del objetivo general de la asignatura, a lo largo del curso se trabajarán las siguientes **competencias genéricas**:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Capacidad para tomar decisiones.

Las **competencias específicas** que se desarrollan en la asignatura son las siguientes:

- Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica.
- Manejar e interpretar software específico para el tratamiento de datos.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.

Las competencias generales y específicas anteriores se concretan en los siguientes **resultados del aprendizaje**:

- Aplicar los modelos de probabilidad para la descripción del comportamiento de variables económicas.
- Aplicar herramientas de estadística inferencial a la resolución de problemas en el ámbito económico y empresarial.
- Manejar software para la resolución de problemas estadísticos.

5. Contenidos

5. Contenidos

El programa de la asignatura se organiza en 11 temas, agrupados en dos bloques: el primer bloque, correspondiente a los temas 1 a 5, se centra en el estudio de la probabilidad; el segundo bloque, que abarca los temas 6 a 11, se dedica al análisis de muestras y al estudio de las principales herramientas de la inferencia estadística, dedicándose particular atención a los intervalos de confianza y al contraste estadístico de hipótesis.

5.1 Programa abreviado

Tema 1.- Incertidumbre y probabilidad.

Tema 2.- Magnitudes aleatorias.

Tema 3.- Modelos de probabilidad discretos.

Tema 4.- Modelos de probabilidad continuos.

Tema 5.- Análisis conjunto y teoremas límites.

Tema 6.- Introducción al muestreo. Estimadores.

Tema 7.- Herramientas inferenciales. Distribuciones asociadas al muestreo.

Tema 8.- Estimación por intervalos.

Tema 9.- Introducción al contraste de hipótesis.

Tema 10.- Contrastes paramétricos.

Tema 11.- Contrastes no paramétricos.

5.2.- Programa detallado y objetivos de aprendizaje

Tema 1.- Incertidumbre y probabilidad.

Contenidos:

- 1.1.- La probabilidad. Conceptos y cuantificación.
- 1.2.- Definición axiomática de la probabilidad.
- 1.3.- Probabilidad condicionada e independencia.
- 1.4.- Probabilidad total y teorema de Bayes.

Objetivos:

Los objetivos concretos de aprendizaje que se persiguen para el alumno son:

- Entender las diversas concepciones de la probabilidad (clásica, frecuencial y subjetiva).
- Saber distinguir las principales expresiones que aparecen en el cálculo combinatorio.
- Interpretar adecuadamente los conceptos de suceso complementario, unión e intersección de sucesos, sucesos incompatibles y sucesos independientes.
- Identificar una partición de sucesos y aplicar sobre ella los teoremas de probabilidad total y Bayes.
- Interpretar adecuadamente las probabilidades a priori, a posteriori y las verosimilitudes.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 1.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 1].

FREEDMAN, D. y otros (1993): Estadística. Antoni Bosch Ed.

MARTÍN-PLIEGO, F.J.; MONTERO, J.M.; RUIZ-MAYA, L. (2006): Problemas de probabilidad. Ed. Thomson.

PEREZ, R. (2010): Nociones básicas de Estadística. [libro en línea] Disponible desde Internet en: <http://goo.gl/vjhiK>

Tema 2.- Magnitudes aleatorias.

Contenidos:

- 2.1.- Variable aleatoria. Variables discretas y continuas.
- 2.2.- Distribución de probabilidad de una variable aleatoria.
- 2.3.- Características de las variables aleatorias. Valor esperado y dispersión.

Objetivos:

El segundo tema introduce los conceptos de variable aleatoria y distribución de probabilidad, de gran trascendencia en esta asignatura. Al finalizar sus contenidos los alumnos deben ser capaces de:

- Describir el concepto de variable aleatoria, justificando la presencia de incertidumbre en el ámbito económico.
- Distinguir entre variables discretas y continuas.
- Calcular probabilidades acumuladas y de intervalos, tanto para variables discretas como continuas.
- Calcular e interpretar el valor esperado y la varianza de una variable aleatoria.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 2.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 2].

MARTÍN-PLIEGO, F.J.; MONTERO, J.M.; RUIZ-MAYA, L. (2006): Problemas de probabilidad. Ed. Thomson.

PERALTA, M.J. y otros (2000): Estadística. Problemas resueltos. Ed. Pirámide.

Tema 3.- Modelos de probabilidad discretos.

Contenidos:

- 3.1.- Procesos de Bernoulli y distribuciones asociadas.
 - 3.1.1- Modelo binomial.
 - 3.1.2- Modelo geométrico.
- 3.2.- Modelo hipergeométrico.
- 3.3.- Modelo de Poisson.

Objetivos:

Este tema pretende familiarizar a los alumnos con los principales modelos probabilísticos discretos y sus aplicaciones económico-empresariales, de modo que sean capaces de:

- Identificar los principales modelos de probabilidad discretos, comprendiendo los supuestos en los que se basan.
- Manejar las expresiones de la esperanza y la varianza de los principales modelos.
- Calcular probabilidades para los principales modelos.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 3.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 3].

NEWBOLD, P. (2000): Estadística para los Negocios y la Economía. Ed. Prentice Hall.

PERALTA, M.J. y otros (2000): Estadística. Problemas resueltos. Ed. Pirámide.

Tema 4.- Modelos de probabilidad continuos.

Contenidos:

- 4.1.- Modelo uniforme.
- 4.2.- Modelo normal.
- 4.3.- Otros modelos.

Objetivos:

Este tema pretende familiarizar a los alumnos con los principales modelos probabilísticos continuos, y en especial con el modelo normal y sus aplicaciones económico-empresariales, de modo que sean capaces de:

- Identificar el modelo uniforme y calcular probabilidades.
- Describir el modelo normal, sus características y aplicar el proceso de tipificación.
- Manejar las tablas de la distribución normal para obtener probabilidades o valores.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 3.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 3].

NEWBOLD, P. (2000): Estadística para los Negocios y la Economía. Ed. Prentice Hall.

PERALTA, M.J. y otros (2000): Estadística. Problemas resueltos. Ed. Pirámide.

CASAS, J.M. y otros (1998): Problemas de Estadística. Ed. Pirámide.

Tema 5.- Análisis conjunto y teoremas límites.

Contenidos:

- 5.1.- Distribuciones k-dimensionales.
- 5.2.- Variables aleatorias independientes. Propiedades.
- 5.3.- Agregación de variables aleatorias.
- 5.4.- Teorema Central del Límite y sus aplicaciones.

Objetivos:

- Aplicar las principales propiedades derivadas de la independencia de variables aleatorias.
- Calcular probabilidades de los principales agregados de variables aleatorias independientes.
- Aplicar e interpretar el Teorema Central del Límite.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 3.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 4]

NEWBOLD, P. (2000): Estadística para los Negocios y la Economía. Ed. Prentice Hall.

PERALTA, M.J. y otros (2000): Estadística. Problemas resueltos. Ed. Pirámide.

Tema 6.- Introducción al muestreo. Estimadores.

Contenidos:

- 6.1.- Encuestas muestrales. Técnicas de selección muestral.
- 6.2.- Muestreo aleatorio simple. Distribución de la muestra.
- 6.3.- Estimadores y sus propiedades.
- 6.4.- Métodos de obtención de estimadores.

Objetivos:

Este tema describe el trabajo con muestras y presenta la teoría de la estimación. Sus objetivos son:

- Analizar las ventajas y los riesgos asociados a las inferencias llevadas a cabo a partir de muestras.
- Presentar las ideas básicas del muestreo.
- Estudiar el concepto de muestra aleatoria simple.
- Describir el concepto de estimador.
- Enunciar las propiedades básicas de los estimadores.
- Calcular e interpretar el sesgo y el error cuadrático medio de un estimador.
- Deducir e interpretar el estimador máximo-verosímil de un parámetro.
- Deducir e interpretar estimadores mediante el método de los momentos.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 5.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 5].

CAO, R. y otros (2001): Introducción a la Estadística y sus aplicaciones. Ed. Pirámide.

PALACIOS, F. y otros (2004): Ejercicios resueltos de inferencia estadística y del modelo lineal simple. Ed. Delta Universidad.

Tema 7.- Herramientas inferenciales. Distribuciones asociadas al muestreo.

Contenidos:

- 7.1.- Distribuciones asociadas al proceso de muestreo.
- 7.2.- Procesos inferenciales y distribuciones asociadas.

Objetivos:

En este tema se introducen las principales distribuciones inferenciales. Los objetivos de aprendizaje para el alumno son los siguientes:

- Describir las distribuciones chi-cuadrado y t de Student.
- Calcular probabilidades y valores sobre las mismas.
- Aplicar las principales expresiones utilizadas en los procesos inferenciales relativos a la media, la proporción y la varianza.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 5.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 6].

CAO, R. y otros (2001): Introducción a la Estadística y sus aplicaciones. Ed. Pirámide.

PALACIOS, F. y otros (2004): Ejercicios resueltos de inferencia estadística y del modelo lineal simple. Ed. Delta Universidad.

Tema 8.- Estimación por intervalos.**Contenidos:**

- 8.1.- Introducción a la estimación por intervalos.
- 8.2.- Intervalos de confianza. Construcción y características.
- 8.3.- Intervalos de confianza para la media.
- 8.4.- Intervalos de confianza para la proporción.
- 8.5.- Intervalos de confianza para la varianza.

Objetivos:

Este es uno de los temas centrales de la asignatura y su objetivo es estudiar los procedimientos de estimación por intervalos, de modo que los alumnos sean capaces de:

- Describir las ventajas y limitaciones respectivas de las estimaciones puntual y por intervalos.
- Interpretar las características de precisión y confianza de una estimación.
- Construir intervalos de confianza para la media.
- Calcular el tamaño de muestra necesario para llevar a cabo una estimación de la media y una proporción.
- Construir intervalos de confianza para la proporción y la varianza.
- Calcular el tamaño de muestra necesario para llevar a cabo una estimación de la proporción.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulos 6 y 7.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 7].

CASAS, J.M. y otros (1998): Problemas de Estadística. Ed. Pirámide

CAO, R. y otros (2001): Introducción a la Estadística y sus aplicaciones. Ed. Pirámide.

LLORENTE, F. y otros (2001): Inferencia estadística aplicada a la empresa. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.

Tema 9.- Introducción al contraste de hipótesis.

Contenidos:

- 9.1.- Planteamiento del contraste estadístico de hipótesis.
- 9.2.- Tipos de errores asociados al contraste.
- 9.3.- Etapas del contraste. Metodología.

Objetivos:

- Enunciar una hipótesis estadística y distinguir los tipos de errores que se pueden cometer en el contraste.
- Interpretar el nivel crítico.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 7.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 8].

CAO, R. y otros (2001): Introducción a la Estadística y sus aplicaciones. Ed. Pirámide.

LLORENTE, F. y otros (2001): Inferencia estadística aplicada a la empresa. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.

Tema 10.- Contrastes paramétricos.

Contenidos:

- 10.1.- Contrastes sobre la media.
- 10.2.- Contraste sobre la proporción.
- 10.3.- Contraste sobre la varianza.
- 10.4.- Otros contrastes paramétricos.

Objetivos:

- Resolver contrastes relativos a la media, la proporción y la varianza.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 8.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 8].

CASAS, J.M. y otros (1998): Problemas de Estadística. Ed. Pirámide

PRIETO, L.; HERRANZ, I. (2005): ¿Qué significa estadísticamente significativo? Díaz de Santos Ediciones.

Tema 11- Contrastes no paramétricos.

Contenidos:

- 11.1.- Contraste de normalidad.
- 11.2.- Contraste de independencia.
- 11.3.- Otros contrastes no paramétricos.

Objetivos:

- Aplicar contrastes de normalidad.
- Contrastar la independencia entre dos características.
- Resolver contrastes relativos a la aleatoriedad de la muestra.

Material de consulta:

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): *Análisis de Datos Económicos II. Métodos inferenciales*, Ed. Pirámide, Madrid, Capítulo 8.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): *Métodos Estadísticos para Economía y Empresa*. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR> [Capítulo 8].

CASAS, J.M. y otros (1998): *Problemas de Estadística*. Ed. Pirámide

PRIETO, L.; HERRANZ, I. (2005): *¿Qué significa estadísticamente significativo?* Díaz de Santos Ediciones.

6. Metodología y plan de trabajo

6. Metodología y plan de trabajo

El programa de la asignatura se organiza en 11 temas. La docencia presencial de cada tema se basa en dos tipos de actividades: clases expositivas y prácticas de aula, con sesiones semanales de 1h45m. Estas actividades se complementan con tres sesiones de prácticas en el aula de informática/tutorías grupales. En este contexto, el plan de trabajo para las actividades presenciales será el siguiente:

- Clases expositivas: En estas clases se planteará la motivación general del tema basada en situaciones reales del ámbito económico y se dará una visión general de la parte teórica de cada tema, prestando especial atención a los conceptos clave y a los desarrollos más importantes.
- Prácticas de aula: Cada grupo de clases expositivas se dividirá en dos subgrupos para las sesiones de prácticas de aula. En estas sesiones se resolverán cuestiones teórico-prácticas y supuestos estadísticos vinculados al ámbito económico-empresarial, con apoyo de las herramientas introducidas en las clases teóricas.
- Prácticas en el aula de informática/tutorías grupales: Los conocimientos adquiridos en estas sesiones proporcionarán al estudiante las competencias para trabajar de forma autónoma, haciendo uso de software apropiado, y resolver los supuestos que se irán proponiendo a lo largo del curso.

La metodología docente y el plan de trabajo de la asignatura se apoyan en el Campus Virtual www.campusvirtual.uniovi.es en un doble sentido:

- Como espacio de consulta y descarga de materiales didácticos, puesto que los estudiantes dispondrán con antelación de todos los materiales didácticos necesarios para el seguimiento de la asignatura: presentaciones para las clases expositivas, enunciados y bases de datos para las prácticas, una colección de prácticas propuestas para el desarrollo de su trabajo autónomo y supuestos resueltos de cada una de las partes del programa.
- Como espacio de participación activa del estudiante en el proceso de aprendizaje.

Los materiales didácticos del Campus Virtual se complementan con las referencias bibliográficas de textos de estadística, disponibles para su consulta y préstamo en la Biblioteca de Ciencias Jurídico-Sociales (<http://buo.uniovi.es>).

En el cuadro adjunto se presenta un resumen de la distribución de tiempos asignados a cada tipo de actividad de la asignatura. A las actividades presenciales ya descritas, se añade un 60% de la carga de

trabajo total de la asignatura correspondiente a actividades de carácter no presencial.

Temas	Horas totales	TRABAJO PRESENCIAL					TRABAJO NO PRESENCIAL	
		Clase Expositiva	Prácticas de aula	Prácticas de aula de informática	Sesiones de Evaluación	Total	Trabajo autónomo	Total
1	10	2	2	1		5	5	5
2	14	4	2			6	8	8
3	10	2	2	1		5	5	5
4	10	2	2	1		5	5	5
5	15	4	3			7	8	8
6	13	3	2			5	8	8
7	6,5	2	0,5			2,5	4	4
8	15	3	3	1		7	8	8
9	8,5	2	1,5			3,5	5	5
10	15	2	2	1		5	10	10
11	8	2	1	1		4	4	4
Examen final	25				5	5	20	20
Total	150	28	21	6	5	60	90	90
(%)		18,7	14	4	3,3	40	60	60

La docencia del segundo semestre del curso se organiza en 14 semanas. A continuación se presenta un cronograma orientativo de la asignatura, que puede presentar ligeras variaciones en función de la organización docente semanal de cada grupo.

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Presentación de la asignatura Tema 1.- Incertidumbre y probabilidad	Estudio tema 1
2	Práctica tema 1 Tema 2.- Magnitudes aleatorias	Estudio temas 1 y 2
3	Tema 2.- Magnitudes aleatorias	Estudio tema 2
4	Tema 3.- Modelos de probabilidad discretos	Estudio temas 2 y 3
5	Temas 3 y 4.- Modelos de probabilidad discretos y continuos 1ª práctica en el aula de informática	Estudio temas 3 y 4
6	Tema 5.- Análisis conjunto	Estudio tema 5
7	Tema 5.- Teoremas límites	Estudio tema 5
8	Tema 6.- Introducción al muestreo	Estudio tema 6
9	Tema 6.- Estimadores	Estudio tema 6
10	Tema 7.- Herramientas inferenciales. Distribuciones asociadas al muestreo 2ª práctica en el aula de informática	Estudio tema 7
11	Tema 8.- Estimación por intervalos	Estudio tema 8
12	Tema 9.- Introducción al contraste de hipótesis	Estudio tema 9
13	Tema 10.- Contrastes paramétricos	Estudio temas 9 y 10

14	Tema 10.- Contrastes paramétricos	Estudio temas 10 y 11 Preparación del examen final
	Tema 11.- Contrastes no paramétricos	
	3ª práctica en el aula de informática	

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se basa en dos elementos:

1. **Evaluación continua**, mediante la que se valorará el esfuerzo y el trabajo desarrollados por el estudiante a lo largo del curso a través de diferentes tipos de actividades individuales.
2. **Examen final**, que consistirá en una prueba de conjunto, por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos adquiridos por el estudiante y su capacidad de aplicación de las herramientas estadísticas estudiadas al análisis y resolución de problemas en el ámbito económico y empresarial

Sistema de calificación

La calificación final se obtendrá en todas las convocatorias de la asignatura aplicando los siguientes criterios:

- Si la nota obtenida en el examen final alcanza un mínimo de 3 puntos sobre 10, la calificación final se calculará mediante una media ponderada de las calificaciones obtenidas en el examen final (60%) y la evaluación continua (40%).
- En caso de no alcanzar el mínimo de 3 puntos en el examen final, la calificación final será la puntuación obtenida en el examen.

Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias y su calificación se mantendrá para todas las convocatorias (ordinarias y extraordinarias) del curso académico.

Evaluación diferenciada

En el caso de los estudiantes que se acojan al sistema de evaluación diferenciada, el examen final mantendrá el requisito mínimo de 3 puntos sobre 10 y el peso del 60% en la calificación final. Las actividades de evaluación continua realizadas por los estudiantes a tiempo completo a lo largo del cuatrimestre serán sustituidas por una prueba con cuestiones teórico-prácticas sobre los distintos contenidos del programa.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Los principales recursos didácticos de la asignatura están disponibles en el Campus Virtual www.campusvirtual.uniovi.es (presentaciones, casos prácticos, documentación complementaria, etc).

Las referencias que pueden ser de ayuda para la preparación de la asignatura, son las siguientes:

Bibliografía básica

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de datos económicos II. Métodos inferenciales. Ed. Pirámide.

Bibliografía complementaria

BEHAR, R.; GRIMA, P. (2004): 55 Respuestas a dudas típicas de Estadística. Ed. Díaz de Santos.

CANAVOS, G.C. (1990): Probabilidad y Estadística. Ed. McGraw-Hill.

CAO, R. y otros (2001): Introducción a la Estadística y sus aplicaciones. Ed. Pirámide.

CASAS, J.M. y otros (1998): Problemas de Estadística. Ed. Pirámide.

FREEDMAN, D. y otros (1993): Estadística. Antoni Bosch Ed.

LLORENTE, F. y otros (2001): Inferencia estadística aplicada a la empresa. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.

MARTÍN-PLIEGO, F.J.; MONTERO, J.M.; RUIZ-MAYA, L. (2006): Problemas de probabilidad. Ed. Thomson.

NEWBOLD, P.; CARLSON, W.; THORNE, B. (2008): Estadística para Administración y Economía. Ed. Prentice Hall.

PALACIOS, F. y otros (2004): Ejercicios resueltos de inferencia estadística y del modelo lineal simple. Ed. Delta Universidad.

PERALTA, M.J. y otros (2000): Estadística. Problemas resueltos. Ed. Pirámide.

PÉREZ, R. y LÓPEZ, A.J. (2011): Métodos Estadísticos para Economía y Empresa. [libro en línea] Creative Commons, <http://goo.gl/z05TR>

PEREZ, R. (2010): Nociones básicas de Estadística. [libro en línea] Disponible desde Internet en: <http://goo.gl/vjihk>

PRIETO, L.; HERRANZ, I. (2005): ¿Qué significa estadísticamente significativo? Díaz de Santos Ediciones.

SERRANO, G.R.; MARRERO, G.A. (2001): Ejercicios de Estadística y Econometría. Ed. AC.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Métodos Matemáticos para la Empresa		CÓDIGO	GADEMP01-2-002
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
GONZALEZ-DE SELA ALDAZ MARIA ANTONIA		agsela@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
Quiroga García Raquel		rquiroga@uniovi.es		
SOLANO JAURRIETA ELENA		esolano@uniovi.es		
LUCIO-VILLEGAS URIA MARGARITA COVADONGA		mlucio@uniovi.es		
MANZANO PEREZ ISABEL MARIA		imanzano@uniovi.es		
GONZALEZ-DE SELA ALDAZ MARIA ANTONIA		agsela@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura Métodos Matemáticos para la Empresa se encuadra en el Módulo de Métodos Cuantitativos en la Materia Matemáticas. El papel principal de la misma consiste en proporcionar al alumnado el conocimiento adecuado del lenguaje y de los métodos propios de las Matemáticas necesarios para la comprensión de una buena parte de las teorías económicas que se desarrollan en las distintas materias que conforman esta titulación. Constituye una continuación y ampliación de la asignatura de Matemáticas de primer curso. Por una parte, el cálculo integral como continuación del cálculo diferencial estudiado en primer curso, por otra, el estudio de la programación lineal como complemento de la programación matemática y fundamental en su aplicación a la empresa, en su adecuación de recursos escasos y de usos alternativos. Por último, la parte relativa a los Métodos Financieros proporciona los instrumentos teóricos y conceptuales básicos para la toma de decisiones óptimas relacionadas con los problemas de inversión o la elección entre distintas fuentes de financiación en la empresa.

3. Requisitos

Para afrontar esta asignatura es necesario que el alumno tenga los siguientes conocimientos previos:

- Dominio del lenguaje matemático elemental (símbolos y signos matemáticos, conjuntos, aplicaciones, etc.).
- Dominio del cálculo matricial elemental.
- Conocimiento del cálculo diferencial para funciones de una y varias variables
- Conceptos básicos acerca de acciones, obligaciones, bonos etc..

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias que se trabajan con esta asignatura son:

Genéricas

Capacidad de análisis y síntesis.
Capacidad de aprendizaje.
Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
Capacidad para trabajar de forma autónoma.
Capacidad para trabajar en equipo.
Capacidad crítica y autocrítica.
Capacidad para tomar decisiones.
Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.

Específicas

- Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica.
- Plantear, analizar y resolver modelos matemáticos lineales en el ámbito económico-empresarial.
- Habilidad para buscar, analizar e interpretar información procedente de fuentes diversas.
- Seleccionar las inversiones y su financiación.
- Conocer las técnicas de gestión y control financiero.
- Aplicar técnicas cuantitativas en el análisis de la información financiera.
- Conocer la naturaleza y características de los distintos instrumentos financieros.

Los resultados de aprendizaje que se pretende que alcancen los estudiantes a través de su trabajo en el desarrollo de esta asignatura son:

- Desarrollar la capacidad de identificar y describir matemáticamente un problema, estructurar la información disponible y seleccionar un modelo adecuado. Contrastar la solución obtenida, tras la resolución del modelo, en términos de su ajuste al fenómeno real.
- Formular modelos matemáticos lineales que contengan los elementos esenciales del problema económico.
- Resolver programas lineales con el ordenador e interpretar la solución obtenida.
- Formular y resolver integrales de Riemann.
- Conocer y saber aplicar el cálculo Integral a la economía.
- Comprender las leyes financieras y su aplicación para la toma de decisiones de inversión y financiación.
- Analizar las operaciones financieras más habituales como préstamos, empréstitos, cuentas corrientes, en el mercado financiero español.
- Alcanzar unas mínimas capacidades de abstracción, concreción, concisión, imaginación, intuición, razonamiento, crítica, objetividad, síntesis y precisión, a utilizar en cualquier momento de su vida académica o laboral, para poder afrontar con garantías de éxito los problemas que se le presenten.

5. Contenidos

PROGRAMA ABREVIADO:

BLOQUE I. MÉTODOS MATEMÁTICOS

Tema 1. La integral de Riemann.
Tema 2. Programación lineal.

BLOQUE II MATEMÁTICA DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS

Tema 3 Fundamentos de la Matemática Financiera.
Tema 4 Estudio de algunas Operaciones Financieras.
Tema 5 Teoría de rentas.

PROGRAMA DESARROLLADO:

BLOQUE I. MÉTODOS MATEMÁTICOS

Tema 1. La integral de Riemann.
1.1. Concepto y cálculo de primitiva de una función. Propiedades.
1.2. Construcción de la integral de Riemann. Propiedades.
1.3. Condiciones de integrabilidad para una función.
1.4. Cálculo de integrales de Riemann. Regla de Barrow.
1.5. Aplicaciones económicas de la integral.
1.6. Generalización de la integral de Riemann. Integrales impropias y dobles

Tema 2. Programación lineal
2.1. Formulación y características de los programas lineales.
2.2. Teoremas fundamentales de la Programación lineal.
2.3. Planteamiento y resolución de programas lineales. Método del Simplex.
2.4. Dualidad e interpretación.

Al finalizar este bloque el estudiante tendrá que ser capaz de:

- Identificar la integral de Riemann y manejar sus propiedades.
- Calcular primitivas e integrales de Riemann y aplicarlas para resolver problemas económicos.
- Conocer la estructura y características generales de un problema de Programación lineal.
- Plantear y resolver, mediante la herramienta Solver de Excel, problemas económicos sencillos mediante programas lineales.
- Interpretar la solución de programas lineales resueltos con Excel.

Material de consulta recomendado:

- Material de estudio desarrollado por los profesores de la asignatura disponibles en la plataforma de enseñanza virtual de la Universidad de Oviedo: www.campusvirtual.uniovi.es
- ARRANZ SOMBRÍA, M. R. y PEREZ GONZALEZ, M. P. (1997): Matemáticas para la Economía. Optimización y Operaciones financieras. Ed. AC.
- BALBAS, A.; GIL, J.A.; GUTIERREZ, S. (1988): Análisis matemático para la economía II. Cálculo integral y sistemas dinámicos. Ediciones AC. Madrid.
- SYDSAETER, K.; HAMMOND, P. CARBAJAL, A. (2011): Matemáticas para el Análisis Económico. Ed Prentice Hall. Madrid.
- PEREZ GRASA, I.; MINGUILLÓN, E.; JARNE, G. (2001). Matemáticas para la Economía. Programación matemática y sistemas dinámicos. Ed. Mc Graw Hill (Madrid)

BLOQUE II MATEMATICA DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS

Tema 3. Fundamentos de la Matemática Financiera.
1. Capital Financiero.
2. Leyes financieras.
Leyes financieras de capitalización
Leyes financieras de descuento.
3. Operación financiera. Principio de equivalencia financiera.
4. Tipos de interés efectivos equivalentes. Tipo de interés nominal.
5. Reserva matemática de una operación financiera.

Tema 4. Estudio de algunas Operaciones Financieras
1. Características comerciales en una operación financiera: unilaterales y bilaterales.
2. Coste y rentabilidad de una operación financiera.
3. Operaciones financieras a corto plazo: cuentas corrientes y de crédito, descuento comercial

Tema 5. Teoría de rentas:
1. Rentas: definición, elementos conceptuales, clasificación.
2. Valoración de Rentas constantes
3. Valoración de Rentas variables en progresión aritmética y geométrica.
4. Aplicaciones: el préstamo francés.

Con los temas que forman este bloque pretendemos que el estudiante sea capaz de:

- Dominar los instrumentos matemáticos básicos para la valoración de las operaciones financieras.
- Comprender las leyes financieras y aplicarlas a la toma de decisiones financieras.
- Utilizar el concepto de coste y rentabilidad efectivos para elegir entre distintas opciones de inversión o de financiación.
- Descontar una remesa de efectos y obtener el coste de la liquidación

- Valorar diferentes tipos de rentas a partir de enunciados económicos complejos y evaluar distintas alternativas de inversión o financiación
- Manejar la hoja de cálculo Excel para su aplicación a la valoración de operaciones financieras
- Valorar una operación de amortización.

Manuales de consulta recomendados para el Bloque 2:

- Material de estudio desarrollado por los profesores de la asignatura disponibles en la plataforma de enseñanza virtual de la Universidad de Oviedo.: www.campusvirtual.uniovi.es
- BAQUERO LÓPEZ, M.J. y MAESTRO MUÑOZ, M.L. (2003): Problemas resueltos de matemática de las operaciones financieras. Editorial AC. Madrid.
- BONILLA MUSOLES, M. Y OTROS (2006): Matemáticas de las Operaciones Financieras. Ed. Thomson.
- CABELLO GONZÁLEZ, J. M. Y OTROS (2005): Matemáticas Financieras Aplicadas: 127 problemas resueltos. Ed. Thomson.
- CABELLO, J.M. et al. (1999): Matemáticas financieras aplicadas. Editorial AC. Madrid.
- DE PABLO LOPEZ, A (2011): Valoración financiera. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.
- LOPEZ CORRALES, F. et al. (2013): Cálculo Financiero y Actuarial. Ed. Garceta. Madrid.
- VALLS MARTINEZ, M. C. Y CRUZ RAMBAUD, S. (2004): Introducción a las Matemáticas financieras. Problemas Resueltos. Pirámide.

6. Metodología y plan de trabajo

Actividades presenciales:

La asignatura se impartirá mediante:

- Clases expositivas en las cuales se presentan los conceptos y resultados más importantes que se acompañarán de numerosos ejemplos. Estas clases son impartidas al grupo completo, no necesariamente como lección magistral, sino procurando una participación activa del alumnado en la dinámica de las mismas. El desarrollo de estas clases se apoya principalmente en presentaciones que, con antelación, están a disposición de los estudiantes en la web de la asignatura en el Campus Virtual.
- Prácticas de aula y de laboratorio: clases de resolución de supuestos prácticos, con el objetivo de aplicar los conceptos y herramientas introducidos en las clases teóricas a la resolución de problemas y también consolidar la adquisición de conocimientos y destrezas por parte del estudiante. En el desarrollo de estas clases se combinará la resolución guiada por parte del profesor de algunos supuestos con la resolución individual o en grupo y una discusión posterior de resultados. Asimismo, se realizarán prácticas en las aulas de informática en las que los estudiantes podrán adquirir las habilidades en el uso de los programas informáticos propios de las materias cuantitativas.

Actividades no presenciales:

- Trabajo autónomo del estudiante: el estudiante dispondrá de diferentes materiales en la biblioteca del campus y en la web de la asignatura con el fin de orientar y facilitar el estudio de los contenidos del temario.
- Trabajo en equipo: realización de trabajos aplicados.
- Tutorías por vía electrónica: es interesante fomentar esta vía de comunicación, no sólo por su flexibilidad temporal sino también porque puede contribuir a desarrollar la capacidad de comunicación escrita en el estudiante.
- Actividades en el aula virtual: en la web de la asignatura en el Campus Virtual se pueden desarrollar diversos tipos de actividad que fomentan la participación activa del estudiante en el proceso de aprendizaje (foros de debate, consulta de materiales en internet, etc.) así como la valoración autónoma del nivel de conocimientos adquiridos a través de distintos tipos de pruebas de corrección automática (test de autoevaluación, ejercicios prácticos, etc.)

El número de horas de trabajo presencial y no presencial se recoge en la siguiente tabla:

	TRABAJO PRESENCIAL	TRABAJO NO PRESENCIAL	
--	---------------------------	------------------------------	--

	Horas totales	<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula /Seminarios/ Talleres</i>	<i>Sesiones de Evaluación</i>	Total	<i>Trabajo grupo y /o Trabajo autónomo</i>	Total
Total	150	28	28	4	60	90	90

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación que se establecerá para valorar los resultados del aprendizaje anteriormente señalados tiene dos elementos:

1. **Evaluación continua** que se realizará a través de diversos procedimientos que permitan el seguimiento del aprendizaje del alumno y valorar el esfuerzo y el trabajo desarrollado, como son:
 - Participación activa en actividades presenciales.
 - Resolución de supuestos prácticos, realización de trabajos individuales o en equipo.
 - Realización de pruebas escritas con cuestiones teóricas y/o ejercicios prácticos.
 - Participación en actividades no presenciales propuestas en el Campus Virtual.

Las pruebas escritas de evaluación continua (peso sobre la evaluación final del 40%) serán susceptibles de ser recuperadas en las convocatorias extraordinarias previa renuncia de la correspondiente nota de la evaluación continua obtenida durante el curso. En caso de no efectuar la recuperación, se mantiene la calificación obtenida a lo largo del curso. Para el seguimiento de la evaluación continua es necesaria la entrega previa por parte del alumno de una ficha que estará disponible en el campus virtual de la asignatura.

2. **Examen final.** Consistirá en una prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

Sistema de calificaciones:

La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40 %.

Tabla resumen 1

Convocatoria	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinaria	Evaluación continua + Examen final	100%
Extraordinaria	Evaluación continua + Examen final	100%

Si la prueba a realizar fuera tipo test se penalizarán las respuestas mal contestadas. En todas las pruebas escritas se exigirá, rigor y precisión en el lenguaje, claridad y orden, así como

redacción sin fallos ortográficos ni gramaticales.

Evaluación diferenciada:

El modelo de Evaluación Diferenciada aplicable a los regímenes de dedicación parcial, semipresencial y no presencial consistirá en:
1.- Examen final. Prueba escrita con cuestiones teóricas y ejercicios prácticos. Tendrá un valor del 75%.
2.- Prueba adicional a realizar el mismo día del examen final, siempre que sea posible. Tendrá un valor del 25%.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

- ARRANZ SOMBRIA, M. R. y PEREZ GONZALEZ, M. P. (1997): Matemáticas para la Economía. Optimización y Operaciones financieras. Ed. AC.
- ARRANZ SOMBRIA, M. R. Y OTROS (1998): Ejercicios resueltos de Matemáticas para la Economía. Optimización y Operaciones financieras. Ed. AC.
- BALBAS, A.; GIL, J.A.; GUTIERREZ, S. (1988): Análisis matemático para la economía II. Cálculo integral y sistemas dinámicos. Ediciones AC. Madrid.
- LÓPEZ CACHERO, M.; VEGAS PÉREZ, A. (1994): Curso básico de matemáticas para la economía y dirección de empresas I. Ed. Pirámide. Madrid.
- LÓPEZ CACHERO, M.; VEGAS PÉREZ, A. (1994): Curso básico de matemáticas para la economía y dirección de empresas I. Ed. Pirámide. Madrid.
- CHIANG, A.C. y WAINWRIGHT, K. (2006): Métodos fundamentales de Economía Matemática. Ed. McGraw-Hill.
- COSTA REPARAZ, E. (2003): Matemáticas para el análisis económico. Ed. Ediciones Académicas, S.A. Madrid.
- COSTA REPARAZ, E.; LOPEZ, S. (2004): Problemas y cuestiones de matemáticas para el análisis económico. Ed. Ediciones Académicas, S.A. Madrid.
- GONZÁLEZ, A., CALDERÓN, S., HIDALGO, R. y LUQUE, M. (2001): Aspectos Básicos de Matemáticas para la Economía: un texto virtual y abierto.
<http://eco-mat.ccee.uma.es/libro/libro.htm>

El alumno dispone de material de estudio complementario, desarrollado por las profesoras y profesores de la asignatura, que puede seguir en la plataforma de enseñanza virtual de la Universidad de Oviedo: www.campusvirtual.uniovi.es

Enlaces Web:

- MCJ Gaceta de Matemática Sevilla (<http://www.arrakis.es/~mcj/index.htm>)
- La Ciencia es Divertida (<http://www.ciencianet.com/>)
- El paraíso de la Matemáticas (<http://www.matematicas.net/>)

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Economía Española y de la Unión Europea		CÓDIGO	GADEMP01-2-003
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	9.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Argüelles Vélez Margarita		marguel@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
MATO DIAZ FRANCISCO JAVIER		jmato@uniovi.es		(English Group)
Hernández Muñiz Manuel		mmuniz@uniovi.es		
Hernandez Nanclares Nuria		nhernan@uniovi.es		(English Group)
Argüelles Vélez Margarita		marguel@uniovi.es		
BENAVIDES GONZALEZ MARIA DEL CARMEN		cbenavi@uniovi.es		

2. Contextualización

Es una asignatura de carácter obligatorio en el Grado de Administración y Dirección de Empresas.

Forma parte del módulo 6, *Entorno Económico*, que engloba las asignaturas Economía Mundial (formación básica), Economía Española y de la Unión Europea (formación obligatoria), Comercio Exterior (bloque optativo) y Relaciones Económicas Internacionales (bloque optativo).

3. Requisitos

Como conocimientos previos, son necesarios únicamente aquellos adquiridos por los estudiantes que hayan superado con éxito el primer curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias generales y específicas correspondientes a esta asignatura son:

COMPETENCIAS GENÉRICAS	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CG1: Capacidad de análisis y de síntesis	CE3: Comprender los mecanismos básicos de funcionamiento de los mercados
CG2: Capacidad de aprendizaje	CE4: Comprender el contexto macroeconómico en el que se desenvuelve la actividad empresarial
CG3: Capacidad de comunicación fluida oral y escrita	

<p>en lengua nativa</p> <p>CG4: Conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés</p> <p>CG5: Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo</p> <p>CG6: Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación</p> <p>CG7: Capacidad para trabajar de forma autónoma</p> <p>CG8: Capacidad para trabajar en equipo.</p> <p>CG9: Capacidad para trabajar en un contexto internacional</p> <p>CG10: Capacidad crítica y autocrítica</p> <p>CG12: Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica</p> <p>CG18: Capacidad de adaptación a las nuevas situaciones</p> <p>CG19: Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho</p> <p>CG20: Contar con valores y comportamientos éticos</p> <p>CG22: Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito del trabajo</p>	<p>CE5: Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales</p> <p>CE6: Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica</p> <p>CE20: Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado</p> <p>CE21: Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados</p>
--	--

Estas competencias se concretan en los siguientes resultados de aprendizaje. Después de cursar la asignatura, los estudiantes deberán ser capaces de:

RA1.- Comprender y recordar los conceptos básicos, modelos y teorías más relevantes que se refieran a la economía de la Unión Europea y de España

RA2.- Conocer y comprender la estructura institucional española y europea y sus consecuencias para las empresas

RA3.- Conocer y manejar las principales fuentes de información estadística y datos sobre la economía española y europea

RA4.- Identificar y describir los principales conceptos y modelos de la economía española y europea en gráficos, artículos o noticias, entendiendo el razonamiento económico utilizado

RA5.- Usar datos, teorías y gráficos para analizar el entorno económico español y europeo y su impacto sobre las empresas

RA6.- Elaborar un discurso coherente para discutir sobre la economía española y europea y su proceso de integración

RA7.- Relacionar los conocimientos de otras materias con los modelos estudiados para describir la complejidad de la Economía española y Europea

RA8.- Utilizar las nuevas tecnologías como medio de comunicación y de búsqueda de información

RA9.- Trabajar en grupo con otros estudiantes para aprender, aplicar e integrar los conocimientos

RA10.- Valorar la calidad de las fuentes de información que utilizan en su aprendizaje

RA11.- Reconocer la calidad del trabajo académico, tanto en su propio trabajo como en el de otros

RA12.- Ser conscientes del método de razonamiento y tener claro cómo usarlo para analizar situaciones nuevas

RA13.- Saber cómo leer artículos y materiales técnicos así como interpretar datos y estadísticas

5. Contenidos

5. Contenidos

5.1. Programa y bibliografía básica

- I. HISTORIA, HECHOS E INSTITUCIONES
Tema 1.- Perspectiva histórica de la integración europea y de la economía española
Tema 2.- Instituciones, toma de decisiones y presupuesto de la UE
- II. INTEGRACIÓN, CRECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA
Tema 3.- Teoría básica de la integración económica
Tema 4.- Análisis del crecimiento económico en el Mercado Único: efectos en la economía española
Tema 5.- La política de la competencia
Tema 6.- Integración, mercado de trabajo y migraciones en España y Europa
Tema 7.- Distribución de la renta y política regional
- III. INTEGRACIÓN Y POLÍTICAS MACROECONÓMICAS
Tema 8.- Áreas monetarias óptimas. La Unión Económica y Monetaria
Tema 9.- Política Monetaria y Política Fiscal en la UE
- IV. LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN EL CONTEXTO EUROPEO
Tema 10.- El sector primario y la PAC
Tema 11.- El sector secundario
Tema 12.- El sector servicios
Tema 13.- El sector público
Tema 14.- El sector exterior de la economía española

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Baldwin, R. y Wyplosz C. (2015): *The Economics of European Integration*, 5ª ed., McGraw Hill.

Jordán Galduf, J. M. y Tamarit Escalona, C. (Coords.) (2013): *Economía de la Unión Europea*, séptima edición, Civitas y Thomson Reuters, Madrid.

García Delgado, J.L. y Myro, R. (Directores) (2015): *Lecciones de economía española*, duodécima edición, Civitas y Thomson Reuters, Madrid.

Materiales elaborados por el profesor y enlaces recomendados

5.2.- Descripción de los temas

I. HISTORIA, HECHOS E INSTITUCIONES

Tema 1.- Perspectiva histórica de la integración europea y de la economía española

El tema describe el origen político de la Unión Europea y del proceso de integración. Aborda la evolución paralela de la economía española.

Conceptos básicos:
 Integración positiva, integración negativa
 Multilateralismo, regionalización,
 Enfoques-visiones de la integración europea
 Hitos: Tratado del Carbón y del Acero, Tratado de Roma, Acta Única Europea, Tratado de Maastricht, Tratado de Lisboa
 Sistema Monetario Europeo
 Unión Económica y Monetaria
 Autarquía, industrialización basada en la sustitución de importaciones, crisis de balanza de pagos, Plan de estabilización, Acuerdo Comercial Preferencial España-CEE, Tratado de Adhesión.
 Crisis económica de los setenta, Pactos de la Moncloa, principios económicos de la Constitución de 1978 y entrada en las Comunidades Europeas (1986)
 Convergencia, divergencia
 Reformas estructurales

Tema 2.- Instituciones, toma de decisiones y presupuesto de la UE

Se estudian las instituciones de la Unión Europea y su influencia en la economía española Se examinan los datos básicos de la Unión Europea y de los países que componen la misma.

Conceptos básicos:
 Arquitectura institucional de la Unión Europea.
 Los tres pilares.
 Supranacionalidad
 Marco Normativo (Tratados, Reglamento, Directiva)
 Cláusulas de exención
 Efecto directo y aplicabilidad directa. Principios de subsidiariedad, proporcionalidad y cooperación reforzada. Instituciones: Comisión, Consejo, Parlamento, Consejo Europeo, Tribunal de Justicia
 Proceso de codecisión
 Estructura del Presupuesto UE: ingresos y gastos. Contribución neta por país

II. INTEGRACIÓN, CRECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA

Tema 3.- Teoría básica de la integración económica

Se analizan los conceptos y modelos básicos para analizar la integración comercial desarrollada en la Unión Europea comparándola con el tipo de liberalización comercial multilateral característica de la OMC.

Conceptos básicos:
 Demanda y oferta de importaciones y exportaciones
 País grande, país pequeño
 Efectos del arancel: efectos precio de comercio, volumen de comercio y pérdidas de "peso muerto"
 Acuerdos de libre comercio, Clausula de Nación más Favorecida, Organización Mundial de Comercio
 Liberalización comercial discriminatoria, Regionalismo, Unión Aduanera
 Efectos de la Unión Aduanera: efectos creación y desviación de comercio, ambigüedad de Viner

Tema 4.- Análisis del crecimiento económico en el Mercado Único: efectos en la economía española

El tema desarrolla los conceptos y modelos básicos para analizar la relación entre integración y crecimiento económico. A partir de la realidad del Mercado Único Europeo, analiza el crecimiento experimentado por la economía española y europea.

Conceptos básicos:
 Mercado fragmentado, mercado integrado
 Comercio intraindustrial e interindustrial
 Efectos dinámicos de la integración: efectos procompetitivos y economías de escala
 Efectos dinámicos y reestructuración industrial (cierre de plantas y fusión/absorción de empresas)
 Crecimiento del PIB potencial, PTF y productividad aparente del trabajo
 Aplicación del modelo de Solow, acumulación de capital y tasa de inversión
 Crecimiento a largo plazo, progreso técnico (A de Solow), catch up
 Efectos absorción y difusión de conocimiento
 Mercado Único Europeo
 Espacio Económico Europeo
 Barreras no-arancelarias al comercio intraeuropeo
 Nuevo enfoque de armonización técnica
 Principio de reconocimiento mutuo
 Cambio estructural, apertura comercial e inversión directa extranjera

Tema 5.- La política de la competencia

Se exponen las razones que justifican la existencia de una política dirigida a velar por la competencia en el Mercado Interior y, seguidamente, se analiza la normativa básica reguladora de la misma. Esto permite conocer los cuatro ámbitos de actuación de esta política, que se especifican seguidamente.

Conceptos básicos:
 Abuso de posición de dominio
 Concentración de empresas
 Acuerdos y prácticas entre empresas
 Promoción de competencia en mercados monopolizados
 Control de ayudas estatales

Tema 6.- Integración, mercado de trabajo y migraciones en España y Europa

Se estudian los efectos de la integración económica sobre el mercado de trabajo, con especial atención a la movilidad, las migraciones y el mercado laboral en España.

Conceptos básicos:
 Libertad de circulación de personas y de establecimiento
 Oferta y demanda de trabajo
 Rigideces nominales y reales de precios y salarios
 Negociación colectiva
 Desempleo
 Fondo Social Europeo
 Estrategia europea por el empleo
 Efectos de la integración económica
 Migraciones, movilidad
 Mercado de trabajo español
 Políticas pasivas y activas
 Formación.

Tema 7.- Distribución de la renta y política regional

En este tema se aborda el análisis de la distribución de la renta desde las diferentes perspectivas, procediendo a la comparación entre España y el resto de estados de la Unión Europea. Se completa presentando los elementos esenciales del funcionamiento de la Política Regional Europea.

Conceptos básicos:
 Distribución personal, funcional y sectorial de la renta
 Distribución espacial de la renta
 Crecimiento económico y aparición de desigualdades regionales.
 Elementos básicos de la Política Regional Europea
 Coste Laboral Unitario (CLU)
 Concentración, dispersión, fuerzas centrípetas y centrífugas
 Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión

III. INTEGRACIÓN Y POLÍTICAS MACROECONÓMICAS

Tema 8.- Áreas monetarias óptimas. La Unión Económica y Monetaria

Se examina la cesión de la soberanía monetaria a una institución europea, el Banco Central, y la adopción de una moneda única, sintetizando los argumentos a favor y en contra de la misma mediante el enfoque de las áreas monetarias óptimas.

Conceptos básicos:
 Teoría de las Áreas Monetarias y Óptimas
 Shocks (perturbaciones) macroeconómicos: shocks simétricos y asimétricos
 Especialización a un shock en una unión monetaria
 Soluciones a un shock en una unión monetaria
 Devaluación
 Flotación, paridad de poder de compra
 Criterios de convergencia
 Cláusulas de exención nominal

Tema 9.- Política Monetaria y Política Fiscal en la UE

Se explica el funcionamiento de la Política Monetaria Común para la Eurozona y se analizan los Principios del Pacto de Estabilidad y Crecimiento, así como la Gobernanza Económica

Conceptos básicos:

Neutralidad del dinero, objetivo de estabilidad de precios, Banco Central Europeo
 Instrumentos de Política Monetaria: operaciones de mercado abierto y facilidades permanentes. EONIA, EURIBOR
 Pacto de Estabilidad y Crecimiento
 Federalismo fiscal
 Estabilizadores automáticos
 Coordinación de políticas fiscales
 Regla 'no-bailout'
 Ahorro Público
 Protocolo de déficit excesivo
 Gran recesión y crisis de la deuda soberana
 Unión Bancaria
 Gobernanza económica: Six-Pack, Pacto Fiscal, Semestre Europeo y Two Pack

IV. LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN EL CONTEXTO EUROPEO

Tema 10.- El sector primario y la PAC

Este último bloque analiza los tres sectores de actividad principales de la economía española en el marco de la UE así como las políticas más relacionadas con cada uno de ellos. En este tema se estudian tanto la agricultura española como la Política Agrícola Común y su evolución.

Conceptos
Orientaciones agrarias extensivas e intensivas
Agricultura tradicional
Productividad aparente del trabajo
Política Agrícola Común
Política de precios
Excedentes agrarios
Impacto económico de la PAC

Tema 11.- El sector secundario

Se analiza la especialización productiva y comercial de la industria española en el marco de la UE. A continuación se presentan los rasgos básicos de los subsectores de la energía y de la construcción, incidiendo en el análisis del mercado de la vivienda.

Conceptos básicos:
Consumo aparente industrial
Especialización industrial
Competitividad producto
Diferenciación (CLU)
Coste laboral unitario energético
Balance Equivalente de Petróleo (TEP)
Tonelada energética de la UE
Intensidad energética UE
Política inmobiliaria
Burbuja de protección oficial
Vivienda de protección oficial

Tema 12.- El sector servicios

El tema analiza los rasgos del sector terciario, presentando distintos modos de clasificar sus actividades y atendiendo a su crecimiento y evolución. Finalmente se comentan los avances experimentados en la desregulación de los servicios.

Conceptos básicos:
Delimitación y clasificación de los servicios
Terciarización del crecimiento de los servicios
Determinantes del crecimiento de los servicios
Externalización de Baumol
Enfermedad de Baumol
Desregulación de los servicios

Tema 13.- El sector público

Este tema aborda el estudio del sector público de la economía española. Se presenta una visión general de la organización del sector público español y se realiza un estudio de los principales rasgos del Presupuesto público, de la estructura de los ingresos y los gastos del Estado y de la evolución del saldo presupuestario y los ajustes acometidos para consolidar el déficit público acumulado en la etapa de crisis.

Conceptos
Presupuesto
Saldo
Déficit
Ajuste fiscal

básicos:
público
presupuestario
público

Tema 14.- El sector exterior de la economía española

El tema estudia el sector exterior de la economía española con atención a la evolución de las diferentes partidas y saldos de la Balanza de Pagos española y del comercio exterior y la inversión extranjera.

Conceptos
Balanza
Balanza
Balanza
Déficit
Inversión extranjera

de
por / cuenta
superávit

básicos:
pagos
comercial
corriente
exterior

6. Metodología y plan de trabajo

La docencia presencial se basa en clases teóricas y prácticas y se completa con las actividades de evaluación continua y con las tutorías.

Las clases teóricas seguirán un “método expositivo” (explicación por parte del profesor del contenido de cada lección).

Las clases prácticas se dedicarán básicamente a:

- consolidar los conocimientos y destrezas adquiridos en las clases teóricas realizando ejercicios y aplicaciones a nuevos casos;
- desarrollar las capacidades de análisis, aplicación, integración y evaluación propuestas en los resultados de aprendizaje a partir de los contenidos desarrollados en la asignatura. En los cuadros siguientes se indica la distribución temporal y por temas de las actividades presenciales y no presenciales.

En los cuadros siguientes se indica la distribución temporal y por temas de las actividades presenciales y no presenciales.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se basa en el examen, que se celebrará en la fecha fijada por el centro, y en las actividades de evaluación continua. En el caso de que haya pruebas fehacientes de un

comportamiento incompatible con el propio del ámbito universitario (véase Reglamento de Evaluación) no se tendrá en cuenta la puntuación obtenida por todas las personas involucradas y en todo el componente afectado (el conjunto de las actividades de evaluación continua o el examen).

El examen podrá incluir preguntas, que pueden ser de tipo test, sobre: a) conceptos, b) análisis gráfico, c) ejercicios y d) aplicaciones. La evaluación continua se realizará a partir de las actividades prácticas, que tendrán lugar principalmente en el aula, y que se concretarán en la lectura, análisis y comentarios de artículos o lecturas y análisis e interpretación de datos económicos relacionados con el temario de la asignatura y en la búsqueda y manejo de la información necesaria para el desarrollo de las actividades que a lo largo del curso vayan planteando los profesores.

En todas las convocatorias la calificación final estará formada por la suma de los puntos obtenidos en el examen escrito de dicha convocatoria (que se califica con un máximo de 6 puntos) y en las actividades de evaluación continua (cuya calificación máxima posible es igual a 4 puntos). Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias (mayo y junio). Es importante tener en cuenta que no se superará la asignatura si no se obtiene un mínimo de 2 puntos en el examen.

Aquellos estudiantes a quienes se les haya concedido la evaluación diferenciada podrán obtener la calificación correspondiente a la evaluación continua mediante la entrega, a través de la plataforma o en el propio examen final, de las tareas propuestas durante el curso.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

8.1.- Bibliografía básica

Baldwin, R. y Wyplosz C. (2015): *The Economics of European Integration*, quinta edición, McGraw Hill.

Jordán Galduf, J. M. y Tamarit Escalona, C. (Coords.) (2013): *Economía de la Unión Europea*, séptima edición, Civitas y Thomson Reuters, Madrid.

García Delgado, J. L. y Myro, R. (Directores) (2015): *Lecciones de economía española*, duodécima edición, Civitas y Thomson Reuters, Madrid.

Materiales elaborados por el profesor y enlaces recomendados

8.2.- Bibliografía complementaria

Baldwin, Richard y Giavazzi, Francesco (eds.) (2016): *How to fix Europe's monetary: Views of leading economists*, Londres, CEPR y VoxEu.org.

Banco de España (2017): *Informe Anual 2016*, Banco de España, Madrid.

Boletín Económico del Banco de España, artículos.

Comisión Europea (2010): *Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*, Comisión Europea, Bruselas.

Consejo Económico y Social (2013): *Economía, trabajo y sociedad. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral. España 2012*. Consejo Económico y Social, Madrid (<http://www.ces.es/memorias>).

Eurostat, sección *Statistics Explained*, (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main_Page)

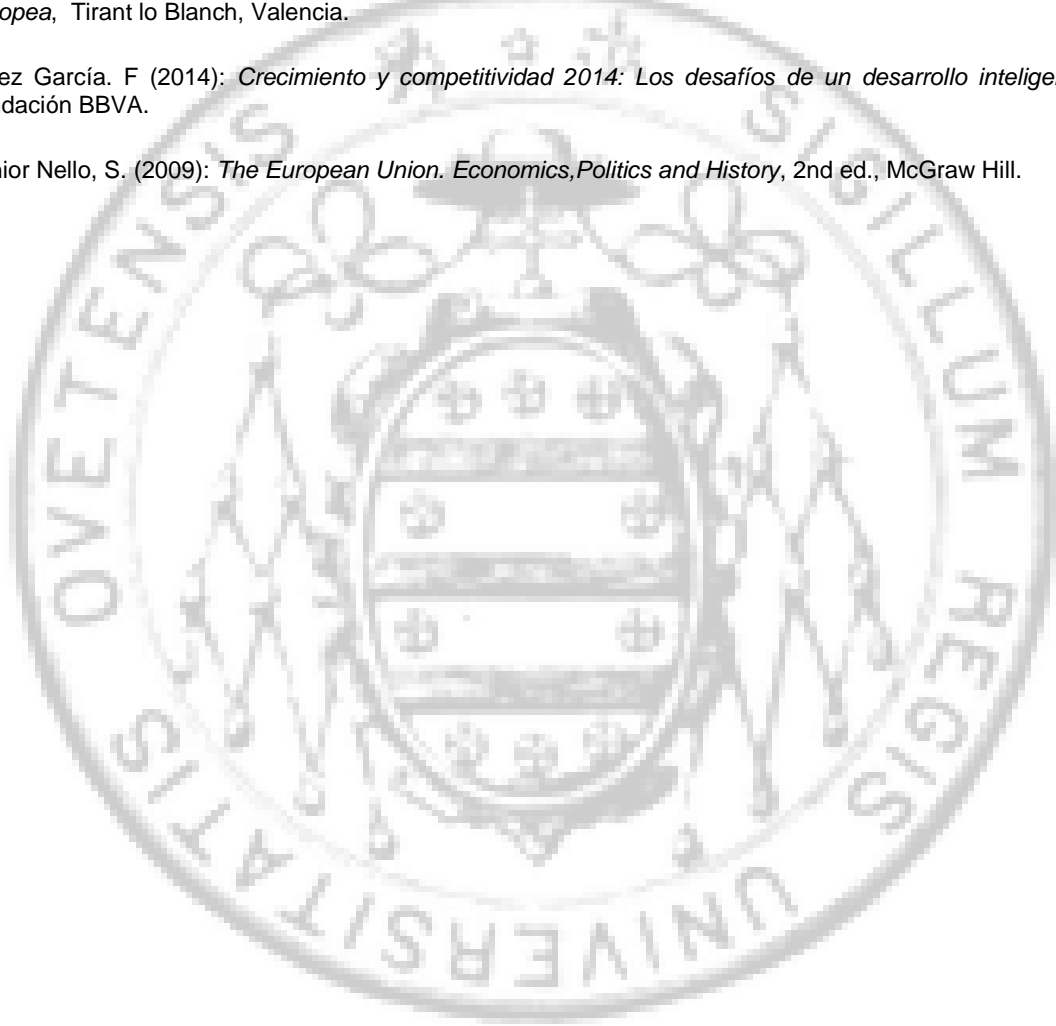
Fariñas García, J. C. y Rodríguez Rodríguez, D. (Coords.) (2013): *Métodos de economía aplicada*, segunda edición, Civitas y Thomson Reuters, Madrid.

Fundación FUNCAS: *Papeles de Economía Española* (varios números).

García Prats, F. Alfredo (Coordinador) (2016): *Gobernanza económica e integración fiscal en la Unión Europea*, Tirant lo Blanch, Valencia.

Pérez García, F. (2014): *Crecimiento y competitividad 2014: Los desafíos de un desarrollo inteligente*. Fundación BBVA.

Senior Nello, S. (2009): *The European Union. Economics, Politics and History*, 2nd ed., McGraw Hill.



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Análisis Económico para la Empresa		CÓDIGO	GADEMP01-2-004
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	9.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Álvarez Fernández Manuel José		mjalvare@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
CANAL DOMINGUEZ JUAN FRANCISCO		jfcanal@uniovi.es		
PEREZ VILLADONIGA MARIA JOSE		mjpvilla@uniovi.es (English Group)		
Álvarez Fernández Manuel José		mjalvare@uniovi.es		

2. Contextualización

NOMBRE	ANÁLISIS ECONÓMICO PARA LA EMPRESA		CÓDIGO	GADEMP01-2-004
TITULACIÓN	Graduado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CRÉDITOS	9.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Castellano	
COORDINADOR		TELÉFONO /EMAIL		UBICACIÓN
Manuel José Álvarez Fernández		985 10 37 72 mjalvare@uniovi.es		Planta 3ª, Ala 1 Despacho nº 1
PROFESORADO		TELÉFONO /EMAIL		UBICACIÓN
Manuel José Álvarez Fernández		985 10 37 72 mjalvare@uniovi.es		Planta 3ª, Ala 1 Despacho nº 1
Juan F. Canal Dominguez		985104882 jfcanal@uniovi.es		Planta 3 . Ala 2 Despacho 3

María José Pérez Villadóniga	985 10 62 41 mjpvilla@uniovi.es	Planta 3ª, Ala 1 Despacho nº 2

La asignatura Análisis Económico para la Empresa, que se imparte durante el primer semestre del segundo curso, constituye una continuación de las asignaturas Introducción a la Microeconomía e Introducción a la Macroeconomía del primer curso. Forma parte del Módulo 5 del Grado, relativo al Análisis Económico, y más concretamente de la materia 3, Economía.

Tiene como objetivo completar los conocimientos tanto micro como macroeconómicos necesarios para entender el entorno en el que desarrollan su actividad las empresas. Se realiza un estudio del consumo, de la producción y de las diferentes estructuras de mercado. Así mismo, se profundizará en el análisis del comportamiento agregado de la Economía, con especial énfasis en los posibles desequilibrios macroeconómicos.

3. Requisitos

El alumno debería poseer los conocimientos que se imparten en las asignaturas de Introducción a la Microeconomía y de Introducción a la Macroeconomía de primer curso del Grado.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las **competencias genéricas** que se pretende que alcancen los estudiantes son:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

Las **competencias específicas** que se trabajan son:

- Comprender los mecanismos básicos de funcionamiento y estructura de los mercados.
- Comprender el contexto macroeconómico en el que se desenvuelve la actividad empresarial.
- Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales.
- Aplicar e interpretar la regulación fiscal.

Al finalizar la asignatura, el estudiante deberá ser capaz de alcanzar los siguientes **resultados de aprendizaje**:

- Comprender el funcionamiento de las distintas estructuras de mercado y su eficiencia.
- Justificar y orientar el diseño de medidas de intervención del Estado en los mercados.
- Comprender el funcionamiento de una economía agregada y las interrelaciones que se producen entre los distintos sectores y agentes económicos.
- Explicar las causas de los principales desequilibrios macroeconómicos.

5. Contenidos

Programa abreviado

Tema	1.	La	organización	del	Mercado
Tema			2.		Monopolio
Tema		3.	Competencia		Monopolística
Tema	4.	Oligopolio	y	Teoría	Juegos
Tema		5.	Fallos	de	de
Tema	6.	El	mercado	de	trabajo
Tema	7.	Un	modelo	macroeconómico	con
Tema	8.	La	inflación	y	el
Tema	9.	La	inflación,	la	actividad
			económica	y	el
			crecimiento	de	la
			cantidad	nominal	de
			dinero		

Programa detallado

SECCIÓN I. MICROECONOMÍA

Tema 1. La organización del Mercado

- Mercados competitivos frente a mercados no competitivos
- Distintas estructuras de mercado
- El poder de mercado

Objetivos del aprendizaje: Entender cómo se estructuran los distintos tipos de mercado y que factores determinan el poder de mercado de las empresas

Material de consulta recomendado: Pindyck (2009) capítulo 1,8 y 9

Tema 2. El monopolio y el Monopsonio

- El equilibrio del monopolio a largo plazo
- Medición y fuentes del poder del monopolio
- El monopolio con múltiples plantas
- El coste social y la regulación del monopolio.
- La captura del excedente del consumidor: la discriminación de precios
- Monopsonio

Objetivos del aprendizaje: Identificar comportamientos monopolistas y comparar estos mercados con los de competencia perfecta. Conocer las razones y las consecuencias de la regulación de estos mercados.

Material de consulta recomendado: Pindyck (2009) capítulos 10 y 11

Tema 3. La competencia Monopolística

- Características de un mercado de competencia monopolística.
- El equilibrio a corto y largo plazo
- Competencia monopolística frente a competencia perfecta.

Objetivos del aprendizaje: comprender el funcionamiento de mercados no competitivos, en este caso se destaca el papel de la diferenciación de productos como medio para conseguir mayor poder de mercado.

Material de consulta recomendado: Pindyck (2009) capítulo 12

Tema 4. Oligopolio y Teoría de Juegos

- Características de los modelos oligopólicos
- Modelos de Cournot y Stackelberg
- Competencia basada en los precios. Modelo de Bartrand
- Los Cárteles
- La teoría de juegos

Objetivos del aprendizaje: En este tema se destaca el papel de los planteamientos estratégicos en la toma de decisiones de las empresas.

Material de consulta recomendado: Pindyck (2009) capítulos 12 y 13

Tema 5. Fallos de mercado

- Los fallos de mercado y la eficiencia económica
- Bienes
- Externalidades públicas
- Información asimétrica

Objetivos del aprendizaje: frente al enfoque positivo en este tema abordamos un enfoque más normativo explicando cuando fallan los mercados y exigen la intervención del estado.

Material de consulta recomendado: Pindyck (2009) capítulo 16,17 y 18

SECCIÓN II. MACROECONOMÍA

Tema 6. El mercado de trabajo

- Introducción al mercado de trabajo
- La determinación de los salarios
- La determinación de los precios
- La tasa natural de desempleo

Objetivos del aprendizaje: Entender cómo se determinan los salarios y los precios en una economía, para después analizar el equilibrio del mercado de trabajo y poder comprender el concepto de tasa natural de desempleo.

Material de consulta recomendado: Blanchard (2012), capítulo 7

Tema 7. Un modelo macroeconómico con precios flexibles: OA y DA

- La oferta agregada
- La demanda agregada
- El equilibrio a corto plazo y a medio plazo
- Efectos de las políticas económicas y perturbaciones de demanda y oferta

Objetivos del aprendizaje: Conocer cómo se obtienen las funciones de Oferta y Demanda Agregada de una economía. Entender los efectos dinámicos de las políticas fiscales y monetarias, así como de las perturbaciones de oferta.

Material de consulta recomendado: Blanchard (2012), capítulo 8

Tema 8. La inflación y el desempleo: la curva de Phillips

- La inflación, la inflación esperada y el desempleo original
- La curva de Phillips de Phillips
- La curva de Phillips ampliada en expectativas

Objetivos del aprendizaje: Comprender la relación de oferta agregada como una relación entre la inflación, la inflación esperada y el desempleo. Saber utilizar esa relación para interpretar las mutaciones de la curva de Phillips con el paso del tiempo.

Material de consulta recomendado: Blanchard (2012), capítulo 9

Tema 9. La inflación, la actividad económica y el crecimiento de la cantidad nominal de dinero

- La producción, el desempleo y la inflación: La ley de Okun.
- Los efectos del crecimiento del dinero

Objetivos del aprendizaje: Conocer la Ley de Okun y entender la relación que se establece entre el crecimiento de la producción, el crecimiento del dinero y la inflación.

Material de consulta recomendado: Blanchard (2012), capítulo 10

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente incluye actividades presenciales y no presenciales.

Actividades presenciales:

- Clases expositivas, en las que se exponen y explican los conocimientos que deben adquirir los estudiantes y se les orienta sobre los contenidos que se impartirán en la siguiente clase.
- Clases prácticas, en las que se resolverán ejercicios relacionados con los contenidos teóricos, se plantearán cuestiones que complementen las clases expositivas y se comentarán casos reales extraídos de la prensa. Con las clases prácticas se pretende que el estudiante afiance su comprensión de la materia y desarrolle su capacidad para el análisis y aplicación de los modelos teóricos estudiados.

Actividades no presenciales:

- El estudiante debe realizar una primera lectura de los contenidos que se explicarán en las clases expositivas, preparar los contenidos impartidos y reflexionar sobre los mismos, resolver los ejercicios y cuestiones que plantee el profesor, tanto los que se realicen en las clases prácticas como los que haya propuesto para realizar fuera del aula y preparar el examen final.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura consta de dos elementos:

- **Evaluación continua**, que se llevará a cabo a través de:

- Cuatro pruebas en momentos del tiempo acordes al desarrollo docente de la materia. Se plantearán cuestiones teóricas y ejercicios relacionados con los contenidos impartidos y la calificación máxima de cada prueba será de 0.75 puntos. En relación a la repetición de pruebas de evaluación, solamente se admitirán los cauces oficiales incluidos en el Reglamento de Evaluación. La solicitud al Sr. Decano para la repetición de pruebas deberá ser entregada en el Registro y requerirá que el alumno presente la documentación precisa con el cumplimiento de los plazos requeridos a tal efecto.

ii. Adicionalmente, el alumno podrá obtener 1 punto en función de otro tipo de méritos según los criterios que establezca el profesor (participación en clase, entrega de ejercicios, etc.). Estas actividades no serán en ningún caso susceptibles de repetición.

- **Examen final**, donde el alumno deberá responder a preguntas teóricas y prácticas relacionadas con la asignatura y resolver problemas concretos. La calificación máxima del examen final será de 6 puntos. La **calificación final**, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40 %. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias. En el caso de los estudiantes con **evaluación diferenciada** concedida, la evaluación de la asignatura se realizará mediante un único examen sobre un valor de 10 puntos, en cada una de las tres convocatorias de la asignatura.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica

Blanchard, O., Amighini, A. y Giavazzi, F. (2012): Macroeconomía. 5ª ed. Prentice Hall. Madrid.
Pindyck, R. S. y D. L. Rubinfeld (2013): Microeconomía. 8ª ed. Prentice-Hall. Madrid.

Bibliografía complementaria

Goolsbee, Levitt y Syverson (2015): Microeconomía. Ed. Reverte.
Belzunegui, B.; Cabrerizo, J.; Padilla, R. y Valero, I. (2013): Macroeconomía: Cuestiones y ejercicios. Prentice-Hall, 3ª ed., Madrid.

Carrasco, A y De la Iglesia, C (2010): Microeconomía intermedia. Problemas y cuestiones. McGraw-Hill, Madrid.

Frank. R (2009): Microeconomía Intermedia. McGraw-Hill, 7ª ed., Madrid.

Katz. M y Rosen. H. (2007): Microeconomía. McGraw-Hill, 2ª ed., Madrid

Sánchez. J. (2010): Ejercicios de Microeconomía y conducta. McGraw-Hill, Madrid.



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Fundamentos de Marketing	CÓDIGO	GADEMP01-2-005
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Río Lanza Ana Belén Del	adelrio@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
PASCUAL FERNANDEZ PRIMITIVA	ppf@uniovi.es		
Suárez Álvarez Leticia	lsuarez@uniovi.es		
García Rodríguez Nuria	nuriagr@uniovi.es		
Río Lanza Ana Belén Del	adelrio@uniovi.es		
González Hernando Santiago	sgonza@uniovi.es (English Group)		

2. Contextualización

La asignatura *Fundamentos de Marketing* se imparte en el 2º semestre del 2º curso del Grado de Administración y Dirección de Empresas (ADE) de la Universidad de Oviedo. La asignatura, de carácter obligatorio, forma parte del Módulo 4 de *Marketing* vinculado a la Materia 1: *Aspectos Fundamentales del Marketing*.

Esta asignatura presenta los contenidos básicos en materia de marketing para todo graduado en Administración y Dirección de Empresas. Las relaciones con el mercado constituyen una pieza clave en la estrategia empresarial de cara a conseguir ventas y captar y mantener clientes fieles. La ventaja competitiva que consolida la posición en los mercados depende en gran medida del conocimiento de los mismos, de la capacidad para comprender los comportamientos y deseos de compra y de la habilidad para desarrollar estrategias de marketing que respondan a tales expectativas. En la materia impartida se profundiza en el papel fundamental que para la empresa supone una adecuada orientación al mercado, los aspectos relevantes que conlleva la aplicación del marketing en distintos mercados, la necesidad de analizar el entorno y conocer el comportamiento del comprador, las estrategias de producto-mercado, posicionamiento y crecimiento futuro, así como las decisiones de marketing de relaciones que se pueden adoptar para lograr captar y fidelizar a los clientes.

Se trata en definitiva de la asignatura introductoria del módulo de marketing, que pretende combinar el desarrollo conceptual de los principios básicos que definen a la materia con un carácter eminentemente práctico vinculado al desarrollo de las competencias propias de la estrategia comercial de la empresa actual, con especial interés en potenciar desde una perspectiva de marketing las habilidades emprendedoras de los estudiantes.

Los contenidos de esta asignatura serán complementados de modo obligatorio en el 3er curso del grado

con los de las asignaturas Dirección Comercial (1er semestre) e Investigación de Mercados (2º semestre). Adicionalmente, aquellos alumnos y alumnas que deseen fortalecer su formación en la materia de las Políticas de Marketing, tendrá la posibilidad de escoger como optativas en 4º curso las asignaturas de Distribución Comercial y Comercio Electrónico (1er semestre) y Comunicación Comercial (2º semestre).

3. Requisitos

No se establece al estudiante ningún requisito previo obligatorio para cursar esta asignatura. No obstante, parece recomendable que el estudiante haya superado las asignaturas de *Economía de la Empresa* e *Introducción a la Microeconomía* de 1er curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo central de la asignatura *Fundamentos de Marketing* es introducir al estudiante en el conocimiento de los conceptos básicos de marketing y en su aplicación práctica desde el punto de vista de la estrategia comercial de la empresa. De modo específico, este objetivo central se concreta en:

- a. Conocer el papel del marketing en la empresa y en sus relaciones con el entorno.
- b. Conocer los métodos y técnicas de dirección y organización de la estrategia comercial de la empresa.

A continuación, en función de los objetivos establecidos, se delimitan las competencias genéricas y específicas a trabajar en la asignatura, así como el resultado esperado del proceso de aprendizaje por parte del alumnado.

Las **Competencias Genéricas** que se trabajan en la asignatura Fundamentos de Marketing son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Contar con valores y comportamientos éticos.
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

Por su parte, las **Competencias Específicas** objeto de la asignatura son las siguientes:

- Formular planes de marketing: comprender conceptos y actividades de marketing estratégico y operativo.
- Diseñar y desarrollar proyectos empresariales.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

Finalmente, respecto al **Resultado del Aprendizaje** cabe decir que al finalizar la asignatura el estudiante deberá ser capaz de:

- Comprender el papel del marketing en distintos mercados.
- Realizar un análisis de oportunidades y amenazas.
- Diseñar estrategias de segmentación y posicionamiento.

5. Contenidos

Programa sintético

PARTE I. INTRODUCCIÓN AL MARKETING

Tema 1.-El papel del marketing en la gestión empresarial

PARTE II. ANÁLISIS DEL ENTORNO, DEL MERCADO Y DE LOS CONSUMIDORES

Tema 2.-Definición y delimitación del entorno y del mercado relevante

Tema 3.-El análisis del comportamiento de compra de los consumidores y de las organizaciones

Tema 4.-La segmentación del mercado: evaluación del atractivo del mercado

PARTE III. ESTRATEGIAS DE MARKETING

Tema 5.- Diseño de las estrategias de marketing

PARTE IV. ESTUDIOS DE MERCADO EN LA ERA DEL MARKETING DIGITAL

Tema 6.- La investigación de mercados y el marketing

5.2. Programa analítico y objetivos de aprendizaje

Tema 1.-El papel del marketing en la gestión empresarial

1. El papel del marketing en la empresa
2. El marketing y la dirección estratégica: las funciones de marketing estratégico y marketing operativo.
3. El plan de marketing: concepto y estructura
4. Tendencias actuales en el marketing

Objetivos generales del tema:

El Tema 1 tiene una finalidad introductoria: está dedicado a comentar la naturaleza y el alcance del marketing, así como el papel que desempeña dentro de la economía y de la gestión empresarial. Se comienza haciendo hincapié en el concepto de intercambio como criterio para delimitar los ámbitos de aplicación del marketing. Posteriormente se detallan sus responsabilidades en el seno de una organización desde una triple dimensión: cultural, estratégica y operativa. A continuación, se justifica la relación estrecha que debe existir entre marketing y dirección estratégica, distinguiéndose entre las funciones de marketing estratégico y marketing operativo. Tras ello se detalla el concepto de Plan de Marketing y su estructura formal, a efectos de favorecer la aplicación práctica de los conocimientos aprendidos. Este primer tema introductorio finaliza con una relación de las tendencias más significativas en materia comercial.

Dificultades para el alumno: la principal dificultad con la que pueden encontrarse los alumnos reside en la novedad que, para la mayoría de ellos, supone enfrentarse a una disciplina nueva, puesto que es la primera asignatura de marketing que se imparte en la titulación.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- Marketing
- Intercambio
- Orientación al mercado
- Marketing estratégico y marketing operativo
- Marketing de relaciones. CRM
- Marketing electrónico y otros conceptos afines. Omnicanalidad
- Marketing y Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
- Plan de marketing

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulos 1, pp. 2-29 / capítulo 2, pp. 30-58, Madrid, tercera edición.

Vázquez Casielles, Trespalacios Gutiérrez, Rodríguez-del Bosque (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, capítulo 1, pp. 33-68 / capítulo 18, pp. 559-566, Madrid, cuarta edición.

Tema 2.-La definición y delimitación del entorno y del mercado relevante

1. El entorno de las organizaciones
2. El mercado: concepto y delimitación
3. El mercado industrial

4. El mercado de servicios

Objetivos generales del tema:

El Tema 2 se ocupa de la definición y delimitación del entorno y del mercado relevante para la empresa, cuyo conocimiento y análisis constituye una pieza clave de la orientación al mercado de una organización. Con él comienza la segunda parte de la asignatura, aquella que estará dedicada a proporcionar una perspectiva global de las actividades y funciones del marketing estratégico. Concretamente, en este tema se ofrece primero una visión general de los factores que integran el entorno de las organizaciones. A continuación se exponen los criterios que deben emplearse para definir correctamente el mercado de la empresa, de modo que se eviten posibles situaciones de miopía del marketing. Las diversas tipologías del mercado son objeto de los apartados siguientes, donde se comentan los rasgos que caracterizan a los siguientes tipos de mercado: (1) mercados de bienes de consumo, (2) industriales y (3) mercados de servicios.

Dificultades para el alumno: necesidad de adoptar un enfoque y mentalidad amplia a la hora de poner en la práctica una adecuada orientación hacia el mercado, moviéndose hacia un enfoque externo que tenga en cuenta la existencia de múltiples factores, agentes y fuerzas del entorno en el que se mueven las organizaciones, particularmente los clientes.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- Microentorno o entorno genérico vs. Microentorno o entorno específico: análisis DAFO
- Mercado – cliente- necesidad
- Competidores
- Producto – mercado
- Mercado de bienes de consumo
- Mercado industrial
- Mercado de servicios

2. Analizar los factores del entorno de una organización y deducir su posible influencia en la empresa desde un enfoque metodológico de análisis DAFO.

3. Distinguir y comparar los diferentes tipos de mercados y sus características, con especial atención a aquellos tipos que contribuyen a la generación de riqueza económica y empleo.

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulos 3, pp. 60-85, Madrid, tercera edición.

Vázquez Casielles, Trespalacios Gutiérrez, Rodríguez-del Bosque (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, capítulo 2, pp. 71-83, Madrid, cuarta edición.

1. El estudio del comportamiento de compra
2. Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
3. Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores
4. El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

Objetivos generales del tema:

Una vez que el alumno está en disposición de delimitar el mercado relevante para la empresa, el siguiente paso será suministrarle las pautas fundamentales que le permitan realizar un análisis del comportamiento de compra de los clientes que constituyen ese mercado, actividad estratégica imprescindible desde el punto de vista de una orientación al mercado. Estas cuestiones son abordadas en el Tema 3 del programa. De manera específica, a lo largo del mismo se explicarán las características que presenta el estudio del comportamiento de compra y se detallarán, primero para los mercados de consumo y después para los industriales, los factores que condicionan el proceso de compra, las etapas que cabe distinguir dentro del mismo, los roles de compra que intervienen y los tipos básicos de comportamientos de compra a los que se puede enfrentar una empresa en sus relaciones con los clientes.

Dificultades para el alumno: hacer frente a la complejidad que supone anticipar de forma efectiva las reacciones de los consumidores, así como ser consciente del gran número de variables que influyen de manera simultánea en las conductas de los mismos.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- Comportamiento del consumidor
- Variables internas que afectan al comportamiento: motivaciones, percepciones, aprendizaje y experiencia, características demográficas, socioeconómicas, personalidad, estilos de vida, actitudes
- Variables externas que afectan al comportamiento: valores culturales, clase social, grupos sociales, familia, líderes de opinión, variables situaciones
- Tipos de comportamientos: complejo, reductor de disonancia, búsqueda de variedad, habitual

2. Analizar y distinguir diferentes tipos de comportamientos de compra según la clase de cliente de que se trate, así como su implicación en la compra o riesgo percibido

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulos 5, pp. 108-130, Madrid, tercera edición.

Vázquez Casielles, Trespalacios Gutiérrez, Rodríguez-del Bosque (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, capítulo 4, pp. 139-151 / 157-161, Madrid, cuarta edición.

Tema 4.-La segmentación del mercado: evaluación del atractivo del mercado

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
3. Evaluación del atractivo del mercado y de los segmentos
4. Estrategias de cobertura del mercado

Objetivos generales del tema:

Puesto que una de las tendencias más significativas que definen a los mercados actuales es la fragmentación que éstos han venido experimentando en los últimos años, el alumno ha de ser consciente de la necesidad que tienen las empresas de segmentar su mercado e identificar, así, los distintos grupos de clientes con comportamientos diferentes a los que es conveniente adaptar la oferta comercial. La estrategia de segmentación es contemplada en el Tema 4, donde se justifica la importancia de esta decisión para la empresa, se especifican los requisitos que debe cumplir para ser eficaz, se presentan los diferentes criterios o bases de segmentación para mercados de consumo e industriales, y se desarrollan diferentes estrategias basadas en el concepto de segmentación. El tema aborda a su vez el análisis del atractivo del mercado y/o de los segmentos, centrándose en cuestiones clave como la demanda y la estructura competitiva, para finalmente reflexionar sobre las estrategias de cobertura del mercado.

Dificultades para el alumno: aplicación en la práctica de la estrategia de segmentación, tanto en términos de identificar los segmentos relevantes (problema analítico) como determinar la estrategia de cobertura a seleccionar (reflexión y creatividad). También se introducen en este tema dos de las estrategias de marketing más representativas: la estrategia de posicionamiento y la de diferenciación.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Segmentación de mercados
 - Customización masiva, marketing a la carta o one-to-one
 - Criterios o variables de segmentación
 - Atractivo del mercado: recursos y capacidad, demanda y estructura competitiva
 - Estrategias de cobertura: indiferenciada, diferenciada y concentrada
 - Estrategias de posicionamiento y diferenciación
2. Identificar segmentos del mercado, describiendo el perfil de los segmentos.
3. Analizar el atractivo de los segmentos, evaluando y estimando la demanda, y analizado la estructura competitiva de la empresa.
4. Idear estrategias para la cobertura del mercado y de cada segmento.

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulos 6, pp. 132-159, Madrid, tercera edición.

Vázquez Casielles, Trespalacios Gutiérrez, Rodríguez-del Bosque (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, capítulo 3, pp. 99-116 / 128-138; capítulo 5, pp. 175-177, Madrid, cuarta edición.

Tema 5.- Diseño de las estrategias de marketing

1. Estrategia de marketing: producto, mercado y posicionamiento
2. Estrategias de posicionamiento y diferenciación
3. Estrategias de gestión actual de la cartera de productos
4. Opciones estratégicas de crecimiento y estrategias competitivas de marketing

Objetivos generales del tema:

En este tema se plantea la selección de las estrategias generales de marketing. Una vez que los conocimientos anteriores permiten adquirir una comprensión adecuada de la naturaleza del entorno, mercado y tipos de clientes a los que se dirige la empresa, es necesario formular las estrategias de marketing que permitan alcanzar ventajas competitivas. Así, en el Tema 5 se profundiza en el concepto de estrategia desde la perspectiva de la *Teoría de Recursos* y en las implicaciones que sobre la actividad de marketing puedan tener las estrategias diseñadas a nivel corporativo y competitivo. Si bien las alternativas a la hora de abordar las estrategias de marketing son muy variadas, se ha optado por efectuar su exposición de acuerdo con las tres dimensiones de síntesis del desarrollo conceptual previo del programa: producto, mercado y posicionamiento. Desde esta perspectiva, se comentan las estrategias de posicionamiento y diferenciación en cada segmento de mercado, estrategias sobre la gestión actual de la cartera de producto, opciones estratégicas de crecimiento futuro y estrategias competitivas de marketing para el líder del mercado, las empresas retadoras, seguidores y especialistas en nichos.

Dificultades para el alumno: delimitar expresamente las estrategias de marketing que se desarrollan en el tema y ver sus diferencias y similitudes con otras tipologías de estrategias comerciales (por ejemplo, en función del ciclo de vida del producto, tal como se delimitarán en la asignatura Dirección Comercial de tercer curso de ADE), competitivas o corporativas.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Objetivo, meta y estrategia
 - Estrategia de diferenciación
 - Estrategia de posicionamiento
 - Estrategia de gestión de cartera de productos
 - Estrategia de crecimiento futuro

- Estrategia del líder, retador, seguidor y especialista.

2. Diseñar las estrategias de marketing de modo práctico.

Material de consulta:

Munuera, J.L. y Rodríguez, A.I. (2009): *Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Esic, Capítulos 1, 2 y 6, Madrid.

Vázquez-Casielles, R., Trespacios-Gutiérrez, J.A. y Rodríguez-del Bosque, I. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, capítulo 18, pp. 561-566, Madrid, cuarta edición.

Tema 6.- La investigación de mercados y el marketing

1. Los componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
3. Las fuentes de información
4. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

Objetivos generales del tema:

La última parte hace referencia a los estudios de mercado en la era del marketing digital. En el Tema 6 se justifica la importancia y la utilidad que supone para una empresa disponer de un adecuado sistema de información, del que dependen en última instancia todas las funciones del marketing estratégico. Así, el tema empieza hablando de los cuatro subsistemas que dan lugar a un sistema de información de marketing: datos internos, inteligencia de marketing, investigación de mercados y apoyo a las decisiones de marketing. Tras ello, se centra en las características, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados, para referirse seguidamente a la diversidad de fuentes de información a las que puede acudir una empresa. La parte final del tema está dedicada a desarrollar una metodología para la realización de una investigación de mercados. El tratamiento que se dará a todos estos elementos será introductorio, dado que en el grado de ADE se imparte una asignatura también obligatoria, *Investigación de Mercados*, dedicada específicamente a la problemática de la planificación y desarrollo de estudios de mercado.

Dificultades para el alumno: comprender adecuadamente cómo se realiza en la práctica una investigación de mercados, ya que el carácter introductorio que tiene este tema puede llevar a que vea la metodología

de diseño y planificación de una investigación de mercados de una manera un tanto abstracta y poco concreta.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- Sistema de información de marketing.
- Investigación de mercados
- Fuentes de información: internas-externas, secundarias-primarias

2. Identificar posibles fuentes de información para un estudio de mercado.

3. Conseguir una primera aproximación a las tareas de planificación y diseño de una investigación de mercados.

Material de consulta:

Trespalacios-Gutiérrez, J., Vázquez-Casielles, R., Ballina-Ballina, F.J. y Suárez-Vázquez, A. (2016): *Investigación de Mercados. El Valor de los Estudios de Mercado en la Era del Marketing Digital*. Ediciones Paraninfo, capítulos 1, 2 y 3, pp. 1-98, Madrid.

Vázquez Casielles, R., Trespalacios Gutiérrez, J. y Rodríguez-del Bosque, I. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Cívitas, capítulo 6, pp. 201-228, Madrid, cuarta edición.

6. Metodología y plan de trabajo

Metodología docente

La metodología docente que se seguirá en el desarrollo de la asignatura *Fundamentos de Marketing* combinará actividades formativas de carácter presencial y no presencial.

1. Actividades formativas de carácter presencial

1. Clases expositivas. Exposición del contenido y conceptos clave correspondientes a cada uno de los temas de la asignatura. Para ello se utilizarán las TIC, de cara a facilitar la difusión y

comprensión de los aspectos teóricos y prácticos.

1. Prácticas de aula (I). Presentación y comentario oral por parte del alumnado de casos prácticos sobre noticias, lecturas y supuestos reales vinculados con la gestión de la estrategia comercial de la empresa. Los estudiantes estarán divididos en equipos. El profesorado estimulará la participación del alumnado, así como su capacidad de crítica y autocrítica.

1. Prácticas de aula (II). Reuniones con los estudiantes en las sesiones de prácticas de aula a fin de tutorizar y apoyar la realización de un proyecto o trabajo en grupo sobre el plan de marketing en su apartado estratégico de una empresa real que ha sido creada en los últimos 5 años (o, alternativamente, sobre una idea de negocio innovadora propuesta por parte de los estudiantes).

2. Actividades formativas de carácter no presencial

1. Trabajo autónomo. Trabajo del estudiante dedicado tanto a la preparación de los contenidos del examen final de la asignatura, como a las actividades individuales que, dentro del grupo al que estará asignado, deberá desarrollar para realizar su parte de los casos prácticos semanales y del proyecto sobre el plan de marketing.
1. Trabajo en grupo. El trabajo en grupo incluye todas las actividades de coordinación que el estudiante tendrá que realizar con relación tanto a las prácticas semanales como al proyecto sobre el plan de marketing.

6.2. Plan de trabajo

1. Cronograma

SEMANA	ACTIVIDADES PRESENCIALES	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES
	Presentación de la asignatura	Trabajo autónomo Tema 1
	Clase expositiva. Tema 1 (I)	Casos y proyecto final Tema 1
	Clase expositiva. Tema 1 (II)	

2	Clase expositiva. Tema 1 (III) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 1	Trabajo autónomo Tema 1 Casos y proyecto final Tema 1
3	Clase expositiva. Tema 1 (y IV) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 1	Trabajo autónomo Tema 1 Casos y proyecto final Tema 1
4	Clase expositiva. Tema 2 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 1	Trabajo autónomo Tema 2 Casos y proyecto final Tema 2
5	Clase expositiva. Tema 2 (y II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 2	Trabajo autónomo Tema 2 Casos y proyecto final Tema 2
6	Clase expositiva. Tema 3 (I) Práctica de aula. Proyecto plan de marketing	Trabajo autónomo Tema 3 Casos y proyecto final Tema 3
7	Clase expositiva. Tema 3 (II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 3 Casos y proyecto final Tema 3
8	Clase expositiva. Tema 3 (y III) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 3 Casos y proyecto final Tema 3
9	Clase expositiva. Tema 4 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 4 Casos y proyecto final Tema 4
10	Clase expositiva. Tema 4 (II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 4	Trabajo autónomo Tema 4 Casos y proyecto final Tema 4
11	Clase expositiva. Tema 4 (y III) Práctica de aula. Proyecto plan de marketing	Trabajo autónomo Tema 4 Casos y proyecto final Tema 5
12	Clase expositiva. Tema 5 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 5	Trabajo autónomo Tema 5 Casos y proyecto final Tema 5
13	Clase expositiva. Tema 5 (y II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 5	Trabajo autónomo Tema 5 Casos y proyecto final Tema 6
14	Clase expositiva. Tema 6 (I) Práctica de aula. Proyecto plan de marketing	Trabajo autónomo Tema 6 Casos y proyecto final Tema 6
15	Clase expositiva. Tema 6 (y II) Práctica de aula. Dudas y preguntas	Trabajo autónomo Tema 6 Dudas y preguntas programa asignatura
16	Examen	Preparación examen

2. Distribución de las modalidades de actividad por temas: número de horas

		TRABAJO PRESENCIAL			TRABAJO NO PRESENCIAL
<i>Temas</i>	<i>Horas totales</i>	<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>	<i>Total</i>	<i>Trabajo autónomo</i> <i>(casos prácticos y proyecto final)</i>
Tema 1	30,25	7	5,25	12,25	18
Tema 2	19	3,5	3,5	7	12
Tema 3	25,5	5,25	5,25	10,5	15
Tema 4	26,75	5,25	3,5	8,75	18
Tema 5	23,75	3,5	5,25	8,75	15
Tema 6	20,75	3,5	5,25	8,75	12
Examen	4			4	
Total	150	28	28	60	90

3. Distribución de las modalidades de actividad por número (%) de horas

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7	60 (40%)
	Práctica de aula	28	18,7	
	Examen	4	2,6	

No presencial	Trabajo autónomo	90	60	90 (60%)
	Total	150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se realizará a través de los siguientes métodos.

1. Evaluación continua. **La puntuación máxima asignada es de 4 puntos** (el 40% del total de la nota final). Se llevará a cabo de dos formas complementarias.

1.1. Resolución, entrega y presentación oral en grupos de trabajo de cuestiones sobre noticias, lecturas, casos prácticos y/o supuestos reales vinculados a la gestión de la estrategia comercial de la empresa.

1.2. Realización durante el periodo lectivo de la asignatura de un proyecto o trabajo sobre el plan de marketing en su apartado estratégico de una empresa real que ha sido creada en los últimos 5 años (o alternativamente sobre una idea de negocio innovadora propuesta por parte de los estudiantes).

2. Examen final. **La puntuación máxima asignada es de 6 puntos** (el 60% del total de la nota final). La **puntuación mínima necesaria en el examen final** para poder tener en cuenta la calificación correspondiente a las pruebas de evaluación continua son **2 puntos**.

A modo de síntesis, la siguiente tabla resume el sistema de evaluación:

Pruebas de evaluación	Peso en la calificación final (puntos y %)
Evaluación continua <ul style="list-style-type: none"> Resolución, entrega por escrito y presentación de casos prácticos: 2 puntos (el 20% del total) Realización de un trabajo sobre Marketing Estratégico: 2 puntos (el 20% del total) 	4 puntos (el 40% del total)
Examen final <ul style="list-style-type: none"> Prueba de preguntas tipo test 	6 puntos (el 60% del total)

Requisitos de evaluación:

1. Para aprobar la asignatura, el alumno deberá obtener una puntuación mínima de 2 puntos sobre 6 posibles en el examen final.
2. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias

Sistema de evaluación de los estudiantes a tiempo parcial cuando tengan reconocida una evaluación diferenciada

La evaluación diferenciada de la asignatura Fundamentos de Marketing se realizará a través de una prueba única que constará de dos partes: examen de contenidos teóricos (60% de la nota) y examen de contenidos prácticos (40%). El examen de contenidos teóricos consistirá en la misma prueba de evaluación final que se aplicará a los alumnos en régimen de dedicación a tiempo completo debiendo cumplirse los requisitos finales de evaluación establecidos en el apartado 7 de la Guía Docente. El examen de contenidos prácticos consistirá en una prueba específica en la que, mediante la resolución de cuestiones asociadas a un caso práctico, se valorará la capacidad del alumno/a para aplicar los fundamentos teóricos de la asignatura. Esta prueba de evaluación práctica tendrá lugar el mismo día que se desarrolle el examen final de acuerdo con las fechas previstas para ello en las diferentes convocatorias que tengan lugar a lo largo del curso académico.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Los principales recursos didácticos de la asignatura (guía docente, programa, presentaciones, casos prácticos, estructura de plan de marketing y otra documentación complementaria) están disponibles en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo (<https://www.innova.uniovi.es/servicios/campusvirtual>). Otro material para la preparación de la asignatura es el que se señala a continuación en forma de bibliografía básica y páginas web de referencia:

Manuales de Referencia:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), Madrid, tercera edición.

Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J. A. y Rodríguez-del Bosque, I. A. (2005): *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, Madrid, cuarta edición.

Otros Manuales:

- Alonso Rivas, J. y Grande Esteban, I. (2012): *Comportamiento del consumidor*. Esic editorial. 7ª edición.
- Esteban, Á.; García de Madariaga, J.; Narros, M.J.; Olarte, C.; Reinares, E. y Saco, M. (2008):

Principios de Marketing. Pirámide, Madrid, 3ª edición.

- Lambin, J. J. (2003): *Marketing Estratégico*. Esic Editorial, Madrid, primera edición.
- Liberos, E. y otros (2013): *El libro del marketing interactivo y la publicidad digital*. Ed. Esic.
- Kotler, P. y otros (2010): *Marketing 3.0*. Ed. Lid.
- Kotler, P. y otros (2012): *Lo bueno funciona*. Ed. Lid.
- Munuera, J.L. y Rodríguez, A.I. (2009): *Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Esic, Madrid.
- Santesmases, M.; Merino, M.J.; Sánchez, J. y Pintado, T. (2011): *Fundamentos de Marketing*. Pirámide, Madrid.
- Trespalacios Gutiérrez, J. A.; Vázquez Casielles, R.; Ballina Ballina, F.J. y Suárez Vázquez, A. (2016): *Investigación de Mercados. El Valor de los Estudios de Mercado en la Era del Marketing Digital*. Ediciones Paraninfo, capítulos 1, 2 y 3, pp. 1-98, Madrid.

Páginas web de referencia:

- Asociación Española de Anunciantes: www.anunciantes.com
- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO): www.aedemo.es
- Asociación Española de la Economía Digital (estudios y documentación del sector): www.adigital.org/servicios/investigacion-y-estudios
- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK): www.aemark.es
- Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial: <http://catedrafundacionarecesdc.uniovi.es/>
- Distribución y Consumo: www.mercasa.es/publicaciones
- Kotler Marketing Group: <http://www.kotlermarketing.com/>
- MarketingNews: www.marketingnews.es
- MarketingDirecto: www.marketingdirecto.com
- PuroMarketing: www.puromarketing.com
- Revista Emprendedores: www.emprendedores.es
- Ries & Ries: <http://www.ries.com/>
- Working Knowledge Harvard Business School: <http://hbswk.hbs.edu/topics/marketing.html>

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Finanzas Empresariales		CÓDIGO	GADEMP01-2-006
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
González Rodríguez Francisco		fgonzale@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
GASCON GARCIA-OCHOA FERNANDO		fgascon@uniovi.es	(English Group)	
González Rodríguez Francisco		fgonzale@uniovi.es	(English Group)	
Menéndez Requejo Susana		srequejo@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura *Finanzas Empresariales* es una de las tres asignaturas obligatorias del módulo de **Finanzas** del Grado en ADE. Se trata, además, de la primera asignatura que el alumno debe cursar con contenidos centrados en Finanzas y le aporta conocimientos fundamentales, dado que proporciona las herramientas básicas para la toma de decisiones de inversión, financiación y reparto de dividendos en las empresas. Se enmarca, por tanto, en la materia de Finanzas Corporativas.

Esta asignatura se coordina con el resto de asignaturas del módulo de Finanzas, existiendo múltiples interrelaciones entre ellas. Así, *Mercados e Instituciones Financieras* (asignatura obligatoria del 1er cuatrimestre del tercer curso) analiza los diferentes agentes, mercados y activos del sistema financiero, que constituyen el entorno financiero en el cual las empresas toman sus decisiones financieras. La asignatura *Inversiones Financieras* (asignatura obligatoria del 2º cuatrimestre del 3º curso) analiza los diferentes métodos de valoración de títulos de renta variable, renta fija, y activos financieros derivados, en el contexto de la gestión de carteras. Todos éstos son aspectos que están relacionados con el diseño de las políticas de inversión y financiación de las empresas. Además, Finanzas Empresariales también se relaciona con las asignaturas optativas del módulo de Finanzas (*Gestión de Riesgos Financieros* y *Análisis y Planificación Financiera*) que desarrollan en profundidad temas relacionados con la dirección financiera de las empresas.

3. Requisitos

No existen requisitos obligatorios para cursar la asignatura aunque se considera conveniente el dominio de los contenidos de la asignatura Economía de la Empresa, asignatura básica de primer curso en el Grado en ADE, por cuanto esta asignatura da al alumno una visión global de la empresa, presentando las diferentes áreas funcionales y sus interrelaciones. Por otro lado, es recomendable tener conocimientos relativos a la información económico-financiera elaborada por la empresa, siendo también útiles los conocimientos de matemática financiera. Igualmente, con carácter instrumental, resulta recomendable la formación en el manejo de programas básicos de informática, internet e inglés, en la medida que facilita la consulta, organización, tratamiento y presentación de la información a manejar por los estudiantes.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo de la asignatura es el estudio de las decisiones de inversión, financiación y distribución de beneficios, adoptadas por las empresas en el marco del objetivo financiero de creación de valor en la empresa. Ello implica conocer no sólo las variables que caracterizan los proyectos de inversión, las

posibles fuentes de financiación o de distribución de dividendos, sino también la influencia sobre dichas decisiones de aspectos como el entorno institucional, la estructura de propiedad de la empresa, los sistemas de incentivos o las asimetrías informativas. El criterio en la toma de las decisiones financieras será el de maximizar la creación de valor en la empresa, poniendo de relevancia los conflictos de intereses que pueden existir entre los distintos grupos de agentes que participan en la empresa, y siendo la valoración realizada por los mercados financieros el indicador utilizado para evaluar la elección de cada una de las políticas de inversión, financiación o dividendos.

Las **Competencias Genéricas** que el estudiante adquiere en la asignatura de *Finanzas Empresariales* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de aprendizaje
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia
- Conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés
 - Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo
 - Capacidad para trabajar en equipo
 - Capacidad para tomar decisiones
 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
 - Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones
 - Iniciativa y espíritu emprendedor
 - Capacidad de organizar y planificar
 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones
 - Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho
 - Contar con valores y comportamientos éticos

Las **Competencias Específicas** que el estudiante adquiere en la asignatura de *Finanzas Empresariales* son:

- Manejar e interpretar software específico para el tratamiento de datos
- Valorar la idoneidad de los proyectos de inversión y su financiación más adecuada
- Diseñar, desarrollar y analizar proyectos empresariales
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

Resultados del Aprendizaje. Al finalizar el módulo el estudiante deberá ser capaz de:

- Identificar los parámetros relevantes para la valoración de activos.
- Estimar el Valor Actual Neto y Calcular la rentabilidad de los proyectos de inversión empresarial.
- Identificar los factores determinantes de la decisión de financiación empresarial.
- Planificar la política de distribución de dividendos.
- Calcular el coste de diferentes fuentes de financiación y estimar el coste de capital de la empresa.
- Comprender la toma de decisiones financieras por los agentes económicos.

En definitiva, esta asignatura, además de proporcionar una formación especializada en los aspectos financieros empresariales y servir de fundamento para la comprensión del resto de asignaturas de Finanzas, busca el fomento del empleo en una línea profesional relacionada con la toma de decisiones financieras en la empresa y la interrelación con los mercados financieros. El objetivo final de la asignatura es que los alumnos lleguen a sus puestos de trabajo en condiciones de contribuir desde el

ámbito financiero a mejorar los resultados de las empresas.

5. Contenidos

El programa de la asignatura se organiza en 7 temas agrupados en tres bloques. Un primer tema introductorio dedicado a definir el objetivo a perseguir en la toma de las decisiones financieras. El segundo bloque comprende los temas 2 a 4, centrado en el análisis de la decisión de inversión. Por último, el tercer bloque abarca los temas 5 a 7, y se dedica a analizar las decisiones de financiación y de reparto de dividendos, junto a la estimación del coste de las distintas fuentes de financiación de la empresa para calcular el coste medio ponderado del capital.

5.1. Programa Abreviado:

Bloque I. Introducción

Tema1. La función financiera

Bloque II: La decisión de inversión

Tema 2. Información para evaluar proyectos de inversión

Tema 3. Métodos de valoración de inversiones

Tema 4. El riesgo y la incertidumbre en la decisión de inversión

Bloque III: Estructura de capital y políticas financieras

Tema 5. La decisión de la estructura de capital

Tema 6. La decisión de dividendos

Tema 7. El coste de capital

5.2. Programa detallado y objetivos del aprendizaje

Tema 1.- LA FUNCIÓN FINANCIERA

1. La Teoría financiera
2. Fundamentos teóricos de la economía financiera
3. El objetivo financiero de la empresa
4. La dirección financiera de la empresa

El objetivo del tema es identificar las decisiones financieras de la empresa, valorar su importancia en el contexto empresarial y definir el objetivo en términos de creación de valor en la empresa. Se valorará la potencial influencia de los conflictos de interés, especialmente por lo que se refiere a la relación directivos – accionistas. Además, se enunciarán los fundamentos teóricos de la Economía Financiera, que posteriormente serán desarrollados en el resto del programa.

Tema 2.- INFORMACIÓN PARA EVALUAR PROYECTOS DE INVERSIÓN

1. La asignación de recursos entre consumo e inversión
2. Dimensión financiera de la inversión productiva

3. Estimación de los flujos de tesorería
4. El coste de capital en la decisión de inversión

En este tema se analizan las decisiones de inversión a partir del examen de la relación de equilibrio entre consumo e inversión y de los criterios para la asignación de recursos financieros en el tiempo. Se estudian, así mismo, las variables necesarias para el análisis de la decisión de inversión, tales como la estimación de los flujos de caja, desembolsos y el coste de oportunidad del capital, como rentabilidad mínima que debe proporcionar todo proyecto de inversión.

Tema 3.- MÉTODOS DE VALORACIÓN DE INVERSIONES

1. Criterios aproximados de valoración de proyectos de inversión
2. Criterios clásicos de valoración de proyectos de inversión
3. Relación entre los criterios del valor actual neto y tasa interna de rendimiento
4. Abandono de algunos supuestos restrictivos
5. Selección de inversiones con recursos limitados

El objetivo de este tema es el estudio de los criterios fundamentales para evaluar proyectos de inversión en condiciones de certeza. Se estudian los criterios del valor actual neto y de la tasa interna de retorno, analizando con detalle cuándo ambos criterios son o no equivalentes en cuanto a la selección y jerarquización de proyectos de inversión. Se presta atención a la evaluación de proyectos heterogéneos, en particular, a la comparación de proyectos de diferente duración y a la decisión del momento más apropiado para la renovación de activos productivos. Se aborda la influencia que sobre la decisión de inversión tiene la consideración de la inflación y de la estructura temporal de los tipos de interés.

Tema 4.- EL RIESGO Y LA INCERTIDUMBRE EN LA DECISIÓN DE INVERSIÓN

- 4.1. Incertidumbre y riesgo en la selección de proyectos de inversión
- 4.2. Información requerida para la evaluación de proyectos de inversión en riesgo
- 4.3. Métodos de selección en condiciones de riesgo
- 4.4. Análisis de sensibilidad de las decisiones de inversión
- 4.5. Evaluación de inversiones en incertidumbre

En este tema se analizan las metodologías apropiadas para la evaluación de proyectos de inversión en condiciones de riesgo y de incertidumbre. En condiciones de riesgo, se estudian los criterios del valor actual neto esperado, del ajuste de la tasa de descuento y del equivalente cierto. Se explica también el análisis de sensibilidad para valorar la idoneidad de proyectos de inversión, en función de variaciones en los conceptos que determinan el valor neto de un proyecto.

Tema 5.- LA DECISIÓN DE LA ESTRUCTURA DE CAPITAL

1. La estructura de capital en mercados de capitales perfectos
2. El efecto de los impuestos
3. El efecto de las asimetrías y de los costes de agencia
4. El efecto de los costes de insolvencia
5. Flexibilidad financiera. Apalancamiento operativo y financiero

En este tema se analizan los determinantes de la estructura de capital o de la financiación empresarial. Partiendo de la teoría clásica de irrelevancia de la decisión de endeudamiento, enunciada por Miller y Modigliani, se estudia la influencia que las imperfecciones de mercado, tales como los impuestos, costes

de quiebra, asimetrías informativas y conflictos de intereses, tienen sobre la estructura de capital y su influencia sobre el Valor de la Empresa. Así mismo, se aborda el análisis de las alternativas de financiación de la empresa a partir del análisis de su efecto sobre la rentabilidad y el riesgo.

Tema 6.- LA DECISIÓN DE DIVIDENDOS

- 6.1. Distribución de fondos a los accionistas y tipos de dividendos
- 6.2. La política de dividendos en mercados de capitales perfectos
- 6.3. El efecto de los costes de transacción y de los impuestos
- 6.4. El efecto de las asimetrías informativas y de los costes de agencia
- 6.5. La elección de la política de dividendos

En este tema se analizan los determinantes de la decisión de dividendos en la empresa. Partiendo de la teoría de irrelevancia de la decisión de dividendos en un contexto de mercado de capitales perfecto, enunciada por Miller y Modigliani, se analiza la influencia que las imperfecciones de mercado, tales como los impuestos, costes de transacción, asimetrías informativas, conflictos de intereses, tienen sobre la decisión de dividendos y sobre su relevancia para la valoración de la empresa.

Tema 7.- EL COSTE DE CAPITAL

1. El coste de capital en la empresa
2. El coste efectivo de las diferentes fuentes de fondos
3. El coste medio ponderado
4. La curva de oferta de fondos
5. La separación de las decisiones de inversión y financiación

El objetivo del tema es el estudio del coste de oportunidad del capital de la empresa. El coste de capital, al constituirse como la rentabilidad mínima que debe exigirse a un proyecto de inversión, permite interrelacionar las decisiones de inversión y de financiación en la empresa. Se aborda la estimación del coste de capital, a partir del cálculo del coste de la deuda y de la estimación del coste de los fondos propios, a partir de diferentes metodologías para su aproximación.

6. Metodología y plan de trabajo

El desarrollo del programa de la asignatura se realiza a través de actividades presenciales y no presenciales. La docencia presencial se basa en dos tipos de actividades: Clases expositivas y prácticas de aula, con sesiones semanales de una hora y 45 minutos cada una.

Para el desarrollo de cada tema de la asignatura, se impartirán sesiones de clases teóricas bajo la modalidad de lección magistral, en la que se proporcionarán al alumno un primer contacto con el tema a tratar. Asimismo, en la primera sesión teórica se les facilitará una guía de trabajo sobre dicho tema, que incluirá análisis de casos, lecturas complementarias (artículos de naturaleza teórica y práctica) y objetivos de trabajo a desarrollar por el alumno, de forma individual y en equipo. El peso de cada una de estas fórmulas de trabajo dependerá del tema concreto a desarrollar en la sesión. En todo caso, se busca fomentar un aprendizaje práctico, para la adquisición de las competencias descritas con anterioridad. Este aprendizaje práctico se llevará a cabo mediante la realización de ejercicios y problemas, enfocados a profundizar en el estudio y conocimiento de la toma de decisiones financieras en la empresa, la búsqueda de información sobre decisiones empresariales financieras y la realización de trabajos individuales y en grupo sobre decisiones de inversión, financiación y reparto de dividendos en las empresas.

En este contexto, el plan de trabajo de las actividades presenciales es el siguiente:

- Clases expositivas: En estas clases se planteará la motivación general del tema y se dará una visión general de su parte teórica. Se apoyan con la utilización de medios audiovisuales. Los alumnos cuentan con una bibliografía básica y otra complementaria para adquirir los conocimientos teóricos.
- Prácticas de aula: En estas sesiones se resolverán cuestiones teórico-prácticas relacionadas con los conocimientos teóricos analizados en las clases expositivas. Tendrán un marcado carácter participativo, ya que los alumnos resolverán y discutirán cuestiones referidas a la selección de proyectos de inversión, de alternativas de financiación y/o de distribución de fondos. En las prácticas de aula también se presentarán los trabajos en grupo a realizar por los alumnos.

El trabajo en clase ha de complementarse con las siguientes actividades no presenciales:

- Trabajo autónomo del estudiante, principalmente centrado en el estudio de los contenidos impartidos en clase y en la preparación de las prácticas de aula con antelación a la realización de las mismas.
- Trabajo en grupo sobre un tema o materia relacionada con los contenidos de la asignatura. Permitirá al alumno perfeccionar sus competencias y habilidades relacionadas con el trabajo en equipo, la búsqueda de información, análisis y síntesis de contenidos, argumentación y capacidad expositiva.

Los alumnos podrán acceder a los materiales docentes precisos para el desarrollo de estas actividades a través del Campus Virtual de la Universidad de Oviedo. Allí encontrarán a su disposición notas de clase, lecturas recomendadas, problemas, cuestiones prácticas y otros materiales relacionados.

El número de horas previsto para las actividades presenciales, como para las no presenciales aparece recogido en la siguiente tabla.

Temas	TRABAJO PRESENCIAL								TRABAJO NO PRESENCIAL		
	Horas totales	Clase Expositiva	Prácticas de aula	Prácticas de laboratorio /aula de informática/ aula de idiomas	Prácticas clínicas hospitalarias	Prácticas Externas	Sesiones de Evaluación	Totales	Trabajo grupo	Trabajo autónomo	Totales
Tem a 1	13,5	3	1,5					4,5	2	7	9
Tem a 2	15	3	3					6	2	7	9
Tem a 3	30	6	7					13	4	13	17
Tem a 4	14	3	3					6	2	6	8
Tem a 5	32,5	7	6,5					13,5	4	15	19
Tem a 6	20	3	3					6	3	11	14

Tem a 7	21	3	4				7	3	11	14	
Evaluación	4						4	4			
Total	150	28	28				4	60	20	70	90

A continuación se presenta un cronograma orientativo de la distribución de los temas a lo largo de las semanas del segundo cuatrimestre:

semana	Clases presenciales	Trabajo no presencial
semana 1	Presentación de la asignatura. Tema 1 Organización prácticas	Estudio Tema 1 Lecturas prensa económica.
semana 2	Tema 2 (epígrafe 1,2 y 3) Discusión lecturas Tema 1 Prácticas Tema 1	Estudio Tema 2 Lecturas y preparación trabajo de cálculo de ratio de valoración de empresas cotizadas.
semana 3	Tema 2 (epígrafe 4) y Tema 3 (epígrafes 1 y 2) Resolución ejercicios de inversión: 1 a 3	Estudio Temas 2 y 3 Construcción curva de tipos de interés.
semana 4	Tema 3 (epígrafe 3) Resolución ejercicios de inversión: 4 a 6 Práctica sobre tipos interés	Estudio Tema 3 Lecturas y análisis de Informe de Gobierno Corporativo de una entidad cotizada. Análisis de la estructura de propiedad de empresas cotizadas.
semana 5	Tema 3 (epígrafes 4 y 5) y Tema 4 (epígrafes 1 y 2) Resolución ejercicios de inversión: 7 a 9. Trabajo informe gobierno corporativo	Estudio Temas 3 y 4 Resolución de casos propuestos.
semana 6	Tema 4 (epígrafes 3,4 y 5) Resolución ejercicios de inversión: 10 a 12. Discusión lecturas	Estudio Tema 4 Trabajo por grupos de definición de un proyecto de inversión empresarial.
semana 7	Tema 5 (epígrafes 1, y 2) Resolución ejercicios de inversión: 13 Práctica grupos proyecto inversión	Estudio Tema 5 Resolución de casos propuestos.

Semana 8	Tema 5 (epígrafes 3 y 4) Resolución ejercicios Tema 5: 1 a 6	Estudio Tema 5 Búsqueda información económico-financiera de empresas no cotizadas.
Semana 9	Tema 5. (epígrafe 5) Resolución ejercicios Tema 5: 4, 5 y 6	Estudio Tema 5 Análisis de la estructura financiera de empresas no cotizadas.
Semana 10	Tema 6 (epígrafe 1,2,3 y 4) Resolución ejercicios 6: 1 a 3.	Estudio Tema 6 Lecturas sobre estructura de capital.
Semana 11	Tema 6 (epígrafe 5) y Tema 7 (epígrafe 1) Resolución ejercicios Tema 6: 4	Estudio Temas 6 y 7 Resolución de casos propuestos.
Semana 12	Tema 7 (epígrafes 2 a 5) Resolución ejercicios Tema 7: 1 a 5	Estudio Tema 7 Seguimiento de la política de dividendos de empresas cotizadas y análisis de un anuncio en el mercado de valores.
Semana 13	Tema 7 (epígrafes 4 y 5) Resolución ejercicios Tema 7: 6	Estudio Tema 7 Resolución de casos propuestos.
Semana 14	Conclusiones y repaso de la asignatura	Comparaciones sectoriales de endeudamiento y reparto de dividendos.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se basa en dos elementos:

1. **Evaluación continua**, mediante la cual se valorará el esfuerzo y trabajos desarrollados por el estudiante a lo largo del curso a través de diferentes tipos de actividades individuales. El peso en la calificación final es del 40%.
2. **Examen final**, que consistirá en una prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos adquiridos por el estudiante así como la capacidad para aplicarlos en la toma de decisiones de inversión, financiación y de dividendos. El peso de esta prueba en la nota final es del 60%.

Descripción de las actividades de evaluación continua:

La evaluación continua se basará en los siguientes elementos:

- La realización de una serie de pruebas de seguimiento realizadas sin previo aviso, en las que se preguntará sobre aspectos del tema que se han tratado en las sesiones inmediatamente anteriores o en la propia sesión en la que dicha prueba se realiza. Se plantearán cuestiones o ejercicios prácticos previamente analizados, con los que se pretende evaluar el grado de seguimiento que los alumnos vienen realizando de forma continua de la asignatura. Por dicho motivo, se trata de pruebas no recuperables en

las convocatorias extraordinarias, donde se conservará la nota obtenida en estas pruebas de seguimiento realizadas sin previo aviso a lo largo de las sesiones de clase. Dichas pruebas se realizarán a los alumnos asistentes a la clase ordinaria. Cada una de las pruebas tendrá una puntuación máxima inferior a 1 punto, siendo el total de puntos posibles a obtener por este concepto de 3.

Cabe la posibilidad de ofrecer a los alumnos complementar los puntos acumulados en estas pruebas de seguimiento sin previo aviso, hasta el máximo de 3 puntos, con participaciones en clase.

- Trabajos en grupo: sobre temas o materias relacionadas con los contenidos de la asignatura que serán propuestas o acordadas con el profesor. Permitirá al alumno interactuar y discutir con otros estudiantes y así perfeccionar sus competencias y habilidades relacionadas con el trabajo en equipo, la búsqueda de información, análisis y síntesis de contenidos, argumentación y capacidad de comunicación. La máxima puntuación que cada alumno puede obtener es de 1 punto.

La nota obtenida en la evaluación continua se conservará en las dos convocatorias extraordinarias siguientes.

En caso de Evaluación Diferenciada se seguirá el siguiente procedimiento de evaluación:

1. Examen final de la asignatura, con un peso del 60%
2. Realización de un conjunto de pruebas escritas complementarias, a realizar el mismo día del examen final, con un peso del 30%, en el que se plantearán actividades teóricas y prácticas adicionales, con un contenido y nivel de dificultad equiparables a las actividades de evaluación continua realizadas durante el curso.
3. Realización de una presentación oral, a efectuar el mismo día del examen, en el que el alumno deberá exponer un trabajo, con un peso del 10%, en el que el alumno presentará los análisis realizados respecto a las tareas previamente especificadas por el profesor y de contenido similar al trabajo que han de realizar y exponer todos los demás alumnos en clase.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía Básica:

BREALEY, R.; MYERS, S.; ALLEN, F. (2009): *Principios de Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw Hill.

BREALEY, R.; MYERS, S.; ALLEN, F. (2011): *Principles of Corporate Finance*. Ed. McGraw Hill. Tenth edition.

BREALEY, R.; MYERS, S.; MARCUS, A. (2005): *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw Hill.

PINDADO, J. (Director) (2012): *Finanzas Empresariales*, Ed. Paraninfo, Madrid.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W. y JAFFE, J.F. (2009): *Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw-Hill.

VAN HORNE, J. C. y WACHOWICZ, J.M. (2010): *Fundamentos de Administración Financiera*. Ed. Pearson Educación.

Manuales de Prácticas:

GOMEZ, S.; GONZÁLEZ, V.M. y MENÉNDEZ, S. (2000): *Problemas de Dirección Financiera*. Ed. Civitas.

VALLELADO, E.; AZOFRA, V. (2002): *Prácticas de Dirección Financiera*. Ed. Pirámide.

Páginas financieras tipo en Internet:

Bolsa de Madrid	www.bolsamadrid.es
Comisión Nacional del Mercado de Valores	www.cnmv.es
Banco de España	www.bde.es
Fundación de Cajas de Ahorros	www.funcas.ceca.es
Securities Exchange Commission (SEC)	www.sec.gov
Cinco Días	www.cincodias.com
Expansión	www.expansion.com



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Contabilidad de Costes y Control de Gestión		CÓDIGO	GADEMP01-2-007
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
GARCIA SUAREZ JOSE LUIS		jlgarcia@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
ARIAS ALVAREZ ANA MARIA		amarias@uniovi.es		(English Group)
Rodríguez Prieto Beatriz		beatrizr@uniovi.es		
Fernández Rodríguez Emilia		efrodi@uniovi.es		
García Cornejo Beatriz		bgarciac@uniovi.es		
GARCIA SUAREZ JOSE LUIS		jlgarcia@uniovi.es		

2. Contextualización

En el Grado en Administración y Dirección de Empresas, la asignatura *Contabilidad de Costes y Control de Gestión* se encuadra en el módulo de Contabilidad, en concreto en la materia Contabilidad de Gestión. Por ser la única toma de contacto que tiene el alumno con el cálculo de costes y la toma de decisiones, va a transmitirle un conjunto de conocimientos básicos que serán de gran utilidad no sólo en asignaturas posteriores de Contabilidad, sino también en general en sus estudios de Grado, e indudablemente en el mercado de trabajo, pues es algo que se le va a demandar, ya sea de forma directa o indirecta.

Esta asignatura aborda la Contabilidad desde el punto de vista interno. Su papel consiste en iniciar al estudiante en los procesos de medida y valoración de los hechos económicos relativos al ámbito interno de la empresa, analizando las diferentes alternativas para su registro contable y primando la generación de informes sobre costes, rendimientos, márgenes y resultados para que los usuarios internos puedan emplearlos para apoyar su toma de decisiones.

3. Requisitos

Las materias que se abordan en esta asignatura se relacionan estrechamente con aspectos vinculados a asignaturas de Organización de Empresas y Marketing. Para el adecuado seguimiento de esta asignatura resulta conveniente haber cursado previamente la materia de *Introducción a la Contabilidad*. Igualmente es conveniente conocer los modelos microeconómicos que describen el funcionamiento de la empresa. Asimismo, es necesario disponer de unos conocimientos básicos que permitan efectuar la realización de operaciones matemáticas y estadísticas elementales.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias generales que se trabajan en la asignatura *Contabilidad de Costes y Control de Gestión* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.

- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para trabajar en un contexto de carácter internacional.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.
- Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

Asimismo, las competencias específicas que se trabajan en esta asignatura son las que siguen:

- Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica.
- Elaborar y analizar la información contable interna y externa para el control de gestión y la toma de decisiones.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

Por su parte, los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias anteriores, tanto generales como específicas, que se pretende que alcancen los estudiantes a través de su trabajo en el desarrollo de la asignatura son:

- Comprender los conceptos contables básicos e interpretar los principios y criterios contables para aplicarlos en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.
- Comprender la realidad económico-financiera del ciclo contable, calculando correctamente el resultado y elaborando los estados financieros que sintetizan la información.
- Tener un comportamiento ético aplicando las normas contables y el código deontológico que es de obligado cumplimiento por todos los contables.
- Aplicar técnicas e instrumentos de análisis económico-financiero.
- Interpretar la información contable para obtener conclusiones válidas sobre la evolución económica y financiera histórica y futura de la empresa, a partir de casos reales.
- Valorar la gestión empresarial.
- Identificar y procesar los datos económico-financieros relevantes para la adopción de decisiones.

5. Contenidos

Seguidamente se presenta el programa abreviado de la asignatura *Contabilidad de Costes y Control de Gestión*.

Programa abreviado

Tema 1.- Fundamentos de la Contabilidad de Costes.

Tema 2.- Coste de los materiales.

Tema 3.- Costes de mano de obra.

Tema 4.- Asignación de costes indirectos.

A continuación se recoge el programa desarrollado de la asignatura, junto con los objetivos particulares para cada tema.

Programa desarrollado y objetivos por temas

Tema 1.- Fundamentos de la Contabilidad de Costes.

1.1. La Contabilidad de Costes como respuesta a las necesidades de información para la gestión.

1.2. En torno al concepto de coste.

1.3. Elementos del coste de un producto.

1.3.1. Costes directos y costes indirectos.

1.3.2. La estructura de costes de una empresa.

1.3.3. Costes fijos y costes variables.

1.4. Costes diferenciales y costes relevantes.

Objetivo general del tema:

Justificar la necesidad de la información para la gestión en la empresa y delimitar la materia objeto de estudio en esta asignatura.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Distinguir las diversas ramas que integran la ciencia contable y situar la Contabilidad de Costes.
- Delimitar la finalidad, los usuarios de la información y los objetivos y características de la Contabilidad de Costes.
- Resaltar la importancia de la Contabilidad de Costes en la toma de decisiones empresariales.
- Conocer los conceptos básicos a manejar en la Contabilidad de Costes.
- Analizar las distintas clasificaciones de costes.
- Aplicar el modelo de análisis coste-volumen-beneficio en los procesos de toma de decisiones.

Tema 2.- Coste de los materiales.

2.1. Introducción.

2.2. Control físico de materiales y sistema organizativo.

2.3. Valoración de materiales.

2.4. Gestión eficiente de inventarios.

2.5. El sistema "Just in time".

Objetivo general del tema:

Analizar el factor productivo materias primas y establecer criterios para su gestión, valoración y

asignación.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Destacar la importancia de los materiales como factor productivo.
- Exponer la necesaria organización y control del manejo físico de materiales.
- Analizar la forma de valorar los inventarios.
- Aplicar el control de inventarios para una gestión eficiente de los mismos.
- Describir el sistema de gestión de inventarios "Just in time".

Tema 3.- Costes de mano de obra.

3.1. Concepto de coste de mano de obra y sus componentes.

3.2. Determinación y control de tiempos.

3.2.1. Necesidad de recogida de esta información y casos posibles.

3.2.2. Distinción entre tiempo de trabajo, tiempo de presencia y tiempo muerto.

3.3. Valoración del factor trabajo.

3.3.1. Tipos de salarios: por tiempo, por unidades producidas, con primas individuales y con primas colectivas.

3.3.2. Tratamiento de las horas extraordinarias, sueldos distintos según turnos, pagas de vacaciones y pagas extraordinarias.

3.4. Asignación de costes al producto.

3.5. La función de aprendizaje.

Objetivo general del tema:

Estudiar la gestión del factor mano de obra junto con su valoración económica e imputación a los productos.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Destacar la importancia de la mano de obra en la gestión de la empresa y describir los diferentes componentes que forman el coste de la misma.
- Describir las formas de registrar los tiempos de trabajo distinguiendo los de presencia, los de trabajo y los muertos.
- Analizar y explicar la forma de valorar determinados tiempos de trabajo diferentes a los de la jornada habitual.
- Exponer la forma de llevar los distintos costes de mano de obra a los productos.

Tema 4.- Asignación de costes indirectos.

4.1. En qué consiste y por qué es necesaria la asignación de costes.

- 4.2. Fases de la distribución de costes.
- 4.3. Bases de asignación y unidad de transferencia.
- 4.4. Métodos de asignación.
- 4.5. Aplicación de costes indirectos: concepto de imputación racional.
- 4.6. Sistemas de asignación de costes basados en actividades (ABC).
- 4.7. Sistemas de costes por órdenes y procesos

Objetivo general del tema:

Describir los pasos a seguir para establecer un sistema de costes y para asignar los costes indirectos de los factores a los outputs obtenidos.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Exponer y discutir la forma de diseñar un sistema de costes de una empresa.
- Explicar las fases a seguir para hacer una buena asignación de costes indirectos.
- Describir las distintas herramientas de ayuda necesarias para hacer la asignación de costes.
- Exponer la importancia de la imputación racional para asignar costes fijos.
- Describir el sistema de costes basados en actividades.
- Definir las características de los sistemas productivos adecuados para aplicar un sistema de costes por órdenes y por procesos

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de enseñanza-aprendizaje utilizada en la asignatura *Contabilidad de Costes y Control de Gestión* se basa en la combinación de actividades presenciales y no presenciales, incentivando en todo caso la participación activa del alumno, mediante la introducción de elementos de diálogo y argumentación a lo largo de las clases, con la intención de evaluar su comprensión y seguimiento respecto a los temas explicados.

En esta disciplina la teoría y la práctica forman un conjunto perfectamente integrado, de tal forma que no es admisible el planteamiento de un método didáctico para la Contabilidad sin tener en consideración la práctica como parte integrante del mismo, en la cual se intenta poner al alumno en contacto con la realidad y la confrontación de los conocimientos teóricos.

La coordinación de la asignatura se realiza a través de reuniones periódicas, a lo largo del semestre, en las que intervienen todos los profesores que imparten la docencia.

Los materiales didácticos básicos empleados en la explicación de la asignatura están recogidos en la bibliografía. Todos los manuales se pueden encontrar en la Biblioteca de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Oviedo. Además del material anterior, los profesores ponen a disposición de los alumnos otros contenidos útiles para el estudio de la asignatura a través del Campus Virtual.

Se detalla a continuación la metodología de trabajo propuesta en esta asignatura, la cual aparece clasificada en las siguientes actividades:

Actividades presenciales: 60 horas

- *Clases expositivas.* Se utilizará el modelo de "lección magistral", sobre todo en las clases

teóricas, al ofrecer la posibilidad al profesor de incidir en lo más importante de cada tema, dominar el tiempo de exposición y presentar una determinada forma de trabajar y estudiar la asignatura. En todo caso se fomentará la participación activa del alumno.

- *Prácticas de aula.* Se utilizará el “modelo participativo”, ya que se pretende primar la comunicación entre los estudiantes, así como entre los estudiantes y el profesor.
- *Tutorías.* Período de instrucción realizado por el profesor fuera del aula con el objetivo de revisar y discutir materiales y temas presentados en las clases.
- *Sesión de evaluación.* Prueba escrita teórica y práctica empleada en la evaluación del progreso del estudiante.

Actividades no presenciales: 90 horas

- *Trabajo autónomo del estudiante.* Está formado por tres tipos de actividades: el estudio teórico de contenidos relacionados con las “clases teóricas”, el estudio práctico relacionado con las “clases prácticas” y, en su caso, los trabajos prácticos o preparación de actividades para entregar en las clases.

Seguidamente se resumen las horas de cada actividad:

CONTABILIDAD DE COSTES Y CONTROL DE GESTIÓN	Actividad	Horas	Horas (%)
Actividades presenciales	Clases expositivas	28	60 (40%)
	Prácticas de aula	28	
	Sesión de evaluación	4	
	Otras		
Actividades presenciales no	Trabajo autónomo	90	90 (60%)
TOTAL		150	150 (100%)

Meramente con carácter orientativo se presenta a continuación una tabla resumen con las horas de las distintas actividades distribuidas por temas:

	TRABAJO PRESENCIAL	TRABAJO NO PRESENCIAL
--	---------------------------	------------------------------

<i>Temas</i>	<i>Horas totales</i>	<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>	<i>Sesiones de Evaluación</i>	<i>Total</i>	<i>Trabajo en equipo</i>	<i>Trabajo autónomo</i>	<i>Total</i>
TEMA 1	25	6	5		11		14	14
TEMA 2	30	6	6		12		18	18
TEMA 3	30	6	6		12		18	18
TEMA 4	61	10	11		21		40	40
Todos los temas	4			4	4			
Total horas	150	28	28	4	60		90	90
(%)	100	18,67	18,67	2,67	40,00		60,00	60,00

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Para valorar los resultados del aprendizaje se utilizará:

1.- Evaluación continua. A través de ella se analizan las diferentes etapas por las que atraviesa el aprendizaje del alumno pudiendo obtenerse para las mismas resultados parciales. Este tipo de evaluación se articulará mediante la participación activa del alumno en actividades presenciales, la realización de pruebas objetivas de seguimiento y cuestiones teóricas y prácticas, la resolución de casos, ejercicios y supuestos prácticos, los comentarios de lecturas y otros materiales. Cuando la actividad del alumno provoque un anormal desarrollo de las clases o dificulte el avance de las mismas se tendrá en cuenta negativamente en la evaluación continua del alumno.

2.- Examen final. Se trata de la valoración global realizada al final del proceso de aprendizaje, donde se cuantifica y evalúa dicho proceso mediante una calificación. Su finalidad básica será la de medir el nivel del alumno al término de la asignatura. Incluirá parte teórica y práctica.

Sistema de calificaciones

La calificación final en todas las convocatorias del curso académico 2017-2018 (enero, mayo y julio) será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40% y del 60% el examen final.

Los estudiantes acreditados a tiempo parcial serán evaluados, únicamente, a través del examen final, en el que podrán obtener una calificación de 10 puntos, en todas las convocatorias. El examen de cada convocatoria será en la misma fecha para todos los alumnos.

Tabla resumen 1

Convocatorias	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinaria y extraordinaria correspondientes al curso académico 2017-2018	Evaluación continua + Examen final	Evaluación continua: 40% Examen final: 60%

La calificación total de la evaluación continua (4 puntos sobre 10) se podrá obtener del modo siguiente:

- En el desarrollo de las clases presenciales se realizarán cuatro pruebas, coincidiendo con la finalización de cada uno de los temas del programa. El alumno podrá obtener un máximo de 1 punto por prueba. Si la prueba a realizar fuera tipo test se penalizarán las respuestas mal contestadas.

Tabla resumen 2

Evaluación del aprendizaje	Actividades y pruebas	Calificación máxima (sobre 10)
Evaluación continua	Cuatro pruebas en las clases presenciales	4
Examen final	Prueba escrita con cuestiones teóricas y ejercicios prácticos.	6

La asignatura se considerará aprobada cuando la calificación final obtenida sea igual o superior a cinco puntos (sobre 10).

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica

García Suárez, J. L. (COORD); Arias Álvarez, A. M.; García Cornejo, B.; Machado Cabezas, A. y Pérez Méndez, J. A. (2013): Cálculo, Análisis y Gestión de Costes. Guía práctica para su aplicación en la empresa, Ediciones Delta, 2ª Edición, Madrid.

García Suárez, J. L. (COORD); Arias Álvarez, A. M.; García Cornejo, B.; Machado Cabezas, A. y Pérez Méndez, J. A. (2014): Cálculo de Costes y Control de Gestión. 70 casos de aplicación, Ediciones Delta, 1ª Ed. Revisada, Madrid.

Bibliografía complementaria

Álvarez-Dardet, C. y Gutiérrez, F. (COORD) (2009): Contabilidad de Gestión: cálculo de costes, Pirámide, Madrid. Bibliografía básica

Amat, O.; Soldevilla, P. y Aguilá, S. (2003): Ejercicios Resueltos de Contabilidad de Costes, Gestión 2000, Barcelona.

Blanco, I. Aibar, B. y Ríos, S. L. (2001): Contabilidad de costes. Cuestiones, supuestos prácticos resueltos y propuestos, Prentice Hall, Madrid.

Horngrén, Ch. T., Datar, S.M. y Rajan, M.V. (2012): Contabilidad de Costos. Un Enfoque Gerencial, 14 edición, Pearson Education.

López, A. y Menéndez, M. (1990): Curso de contabilidad interna, AC, Madrid.

López González, E.; Mendaña Cuervo, C. y Rodríguez Fernández, M. A. (1998): Ejercicios de contabilidad de costes y de gestión, Pirámide, Madrid.

Mallo Rodríguez, C.; Kaplan, R. S.; Meljem, S. y Gímenez, C. (2000): Contabilidad de Costos y estratégica de Gestión, Prentice-Hall, Madrid.

Mallo Rodríguez, C. y Jiménez Montañés, M.A. (1997): Contabilidad de Costes, Pirámide, Madrid.

Prieto, B.; Santidrián, A. y Aguilar, P. (2005): Contabilidad de Costes y de gestión: un enfoque práctico, Ediciones Delta, Madrid.

Rayburn, L.G. (1999): Contabilidad y Administración de Costos, McGraw-Hill, Madrid.

Ripoll, V. M. y Balada, T. J. (2005): Información de costes para la toma de decisiones empresariales, Ediciones Gestión 2000.

Rosanas Martí, J. M. (1999): Contabilidad de costes para la toma de decisiones, Desclee de Brouwer, Bilbao.

Sáez Torrecilla, A.; Fernández Fernández, A. y Gutiérrez Díaz, G. (2008): Contabilidad de costes y contabilidad de gestión, (Volumen I y II), Mc Graw-Hill, Madrid.

Veuthey, E.; Muñoz, C. I. y Zornoza, J. (2000): Introducción a la contabilidad de costes para la gestión. Curso práctico, Cívitas, Madrid.

Recursos Complementarios

El alumno dispone de material de estudio complementario, desarrollado por los profesores de la asignatura, que puede seguir en la plataforma de enseñanza virtual de la Universidad de Oviedo: www.campusvirtual.uniovi.es

Además de la bibliografía recomendada, el alumno puede consultar la información recogida por los siguientes organismos en sus páginas web:

Organismo	Página Web
Chartered Institute of Management Accountants (CIMA)	www.cimaglobal.com
Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)	www.aeca.es
Grupo de Investigación en "Diseño e implantación de Sistemas de Costes y de Información para PYMES"	www.sistemainformaticodecostes.com



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Administración de la Producción	CÓDIGO	GADEMP01-2-008
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Obligatoria	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
FERNANDEZ BARCALA MARTA	mbarcala@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
AVELLA CAMARERO LUCIA	lavella@uniovi.es		
FERNANDEZ BARCALA MARTA	mbarcala@uniovi.es		
MARTINEZ NOYA ANDREA	noya@uniovi.es (English Group)		

2. Contextualización

El objetivo de la asignatura “Administración de la Producción” es familiarizar al estudiante con los aspectos más relevantes de la gestión y planificación de la producción de bienes y/o servicios de una empresa. De este modo, se pretende mostrar la importancia de la función de producción en el contexto de la estrategia de la empresa y del resto de áreas funcionales.

La asignatura se encuadra en el módulo *Organización y Dirección* y, en concreto, en la materia *Producción* del Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE); se imparte en segundo curso y tiene carácter obligatorio.

En primer curso los estudiantes ya han cursado la asignatura básica “Economía de la Empresa”, encuadrada dentro del mismo módulo, y cuyo objetivo principal es presentar una visión introductoria de la empresa y proporcionar al estudiante un armazón en el que encajar los conocimientos a adquirir en el resto de asignaturas del citado módulo.

Asimismo, en la materia *Producción* se integra una asignatura optativa de cuarto curso, denominada “Innovación y Dirección de la Tecnología”, donde se abordan aspectos concretos relacionados con la gestión de la innovación y de la tecnología y su uso como factor generador de ventajas competitivas para la empresa.

3. Requisitos

Si bien no se han establecido requisitos previos para cursar esta asignatura, sería conveniente haber superado la asignatura “Economía de la Empresa”.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias específicas:

- Realizar la planificación estratégica de la producción de una empresa.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión de la producción a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de los departamentos de

producción y áreas relacionadas de las empresas.

Resultados del aprendizaje:

- Identificar los diferentes tipos de sistemas productivos, así como las implicaciones estratégicas de su utilización.
- Formular la estrategia de producción teniendo en cuenta su inserción en el proceso de planificación estratégica de la empresa.
- Conocer las principales decisiones relacionadas con el área de producción.

5. Contenidos

En la asignatura "Administración de la Producción" se abordan los aspectos más relevantes de la estrategia de producción de una empresa. Así, se analiza la función de producción, el proceso de planificación de una estrategia para esta área, los diferentes tipos de sistemas productivos, así como las principales decisiones que conforman la estrategia de producción de bienes y/o servicios de una empresa: diseño de productos, tecnología de procesos, capacidad, localización, sistemas de planificación y control de materiales e inventarios y gestión de la calidad.

Programa:

Tema 1: FUNCIÓN Y ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN

1. Función de producción y sistema productivo
2. Planificación de la estrategia de producción
3. Tipos de sistemas productivos y evolución
4. Eficiencia de los sistemas productivos

Material de consulta:

Fernández, E.; Avella, L. y Fernández, M. (2006): Estrategia de Producción (segunda edición), McGraw-Hill, Madrid; Capítulo 1 (Función de producción), pp. 1-55; Capítulo 2 (Estrategia de producción), pp. 57-106; Capítulo 11 (Sistemas de medida de los resultados), pp. 547-585.

Tema 2: DISEÑO DE PRODUCTOS Y TECNOLOGÍA DE PROCESOS

1. Desarrollo de nuevos productos
 - 1.1. Estructura funcional
 - 1.2. Estructura matricial
 - 1.3. Equipo autónomo
2. Tecnología de proceso: Automatización

Material de consulta:

Fernández, E.; Avella, L. y Fernández, M. (2006): Estrategia de Producción (segunda edición),

McGraw-Hill, Madrid; Capítulo 3 (Desarrollo de nuevos productos), pp. 107-172; Capítulo 4 (Tecnología de proceso), pp. 173-215.

Tema 3: CAPACIDAD Y LOCALIZACIÓN

1. Concepto de capacidad
2. Planificación de la capacidad
3. Conceptos relacionados con la capacidad
 - 3.1. Economías y deseconomías de escala
 - 3.2. Economías y deseconomías de alcance
 - 3.3. Efecto experiencia
4. Concepto de localización
5. Factores determinantes de la localización
6. Nuevos retos de la localización internacional

Material de consulta:

Fernández, E.; Avella, L. y Fernández, M. (2006): *Estrategia de Producción (segunda edición)*, McGraw-Hill, Madrid; Capítulo 5 (Capacidad de la fábrica), pp. 217-269; Capítulo 6 (Localización industrial), pp. 271-323.

Tema 4: SISTEMAS DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE MATERIALES E INVENTARIOS

1. Planteamientos fundamentales acerca de los materiales e inventarios en la empresa
 - 1.1. Niveles de inventarios
 - 1.2. Tamaño del lote
 - 1.3. Gestión del suministro
2. Métodos de gestión y planificación de las necesidades de materiales e inventarios
 - 2.1. Planificación de los requerimientos de materiales y su evolución
 - 2.2. Sistema *Kanban*

Material de consulta:

Fernández, E.; Avella, L. y Fernández, M. (2006): *Estrategia de Producción (segunda edición)*, McGraw-Hill, Madrid; Capítulo 8 (Sistemas de planificación y control de las necesidades de materiales e inventarios), pp. 379-418; Capítulo 7 (Subcontratación), pp. 344-378.

Tema 5: GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. Concepto e importancia de la calidad
2. Elementos fundamentales en la gestión de la calidad total
3. Herramientas de la gestión de la calidad total
4. Certificación y modelos de excelencia

Material de consulta:

Fernández, E.; Avella, L. y Fernández, M. (2006): Estrategia de Producción (segunda edición), McGraw-Hill, Madrid; Capítulo 10 (Calidad Total), pp. 481-546.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente empleada en esta asignatura abarca actividades formativas **presenciales** y **no presenciales**.

Las **actividades presenciales** se desarrollan durante el primer semestre, del 13 de septiembre al 15 de diciembre. Estas actividades presenciales se concretan en las siguientes actividades formativas:

- Clases expositivas para el desarrollo y explicación de los contenidos teóricos de la asignatura. Se basan fundamentalmente en la exposición y análisis por parte del profesor de los contenidos relevantes, si bien se promueve la interacción con el estudiante a través de preguntas efectuadas tanto por el profesor como por el alumno. Se propone un manual básico de referencia, que se ajusta en gran medida a los contenidos, así como referencias bibliográficas complementarias. La asistencia a las clases expositivas se considera imprescindible para un correcto seguimiento, comprensión y superación de la asignatura.
- Prácticas de aula, que persiguen la implicación total del estudiante en el aprendizaje. En estas clases se desarrollarán dos tipos de actividades:
 1. Por una parte, cada semana se fijarán las tareas que se desarrollarán la semana siguiente y que el estudiante deberá preparar por anticipado y entregar por escrito a través del Campus Virtual. Estas actividades prácticas consistirán en: resolución de cuestiones teórico-prácticas, análisis de casos, búsqueda y análisis de información actualizada y elaboración de un informe acerca de un tema concreto, y búsqueda y comentario de noticias de prensa de actualidad. Los estudiantes se encargarán de la resolución y/o discusión en el aula de prácticas de todas las tareas propuestas.
 2. Por otra parte, en las prácticas de aula también se planificará y hará el seguimiento de una actividad que los estudiantes deberán realizar en equipo, consistente en el análisis de la estrategia de producción de una empresa real de nuestro entorno, preferentemente regional. La empresa será seleccionada por el equipo, integrado por 3 o 4 estudiantes, que deberán tener acceso directo a la información de la empresa y posibilidad de realizar una visita a sus instalaciones. La evolución de esta actividad será controlada periódicamente en las sesiones de prácticas. En las dos últimas sesiones de clase se programará la entrega del trabajo escrito y la presentación oral del mismo (con material audiovisual de apoyo), siguiendo las pautas orientativas facilitadas por el profesor en las sesiones de clases prácticas previas.
- Actividades de evaluación: A lo largo del semestre se valorarán las diferentes actividades que integran la evaluación continua. Asimismo, se realizará un examen final de la asignatura en la fecha establecida para cada convocatoria.
- Otras actividades: Se propondrá a los alumnos la asistencia a conferencias o seminarios programados por la Facultad de Economía y Empresa y/o el Departamento de Administración de Empresas e impartidos por expertos en diferentes materias relacionadas con la organización y dirección de empresas. Estas actividades transversales serán anunciadas a los estudiantes con antelación suficiente con el fin de fomentar su participación en las mismas, y redundarán en un mejor conocimiento de la realidad empresarial. Se podrá solicitar alguna tarea vinculada con dichas conferencias o seminarios.

Las **actividades no presenciales** de esta asignatura comprenden las siguientes tareas:

- Trabajo autónomo del estudiante: Incluye (a) el estudio de los contenidos impartidos y (b) la

realización de forma anticipada de las actividades prácticas propuestas.

- Trabajo en equipo: Comprende (a) la búsqueda de información y la preparación del análisis de la estrategia de producción de una empresa concreta, (b) la redacción de un informe, (c) la elaboración de material audiovisual de apoyo y (d) la presentación oral en el aula.

A través del Campus Virtual de la Universidad de Oviedo, los alumnos podrán acceder a todo el material e información necesarios para un adecuado seguimiento de la asignatura.

La tabla siguiente refleja la organización de las actividades presenciales y no presenciales de la asignatura.

ORGANIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

os	Horas presenciales				Horas no presenciales	Total hora
	Clases Expositivas	Prácticas de aula	Evaluación	Total		
	28	28	4	60	90	150

A continuación se incluye un cronograma que detalla las actividades previstas. Se trata de una aproximación orientativa que puede ser modificada levemente en función del desarrollo efectivo de cada grupo.

CRONOGRAMA

Clases presenciales	Trabajo del estudiante
Presentación de la asignatura	Revisión y lectura de la guía docente
Tema 1. Función y estrategia de producción	Estudio Temas 1 y 2
Tema 2. Diseño de productos y tecnología de procesos	Preparación prácticas Tema 1
Resolución prácticas Tema 1	Revisión y lectura de las normas de elat en equipo
Presentación y entrega de la ficha identificativa del equipo y de a empresa a analizar	Formación del equipo (3-4 alumnos)
	Selección de la empresa para el trabajo er
Tema 2. Diseño de productos y tecnología de procesos	Estudio Temas 2 y 3
Tema 3. Capacidad y localización industrial	Preparación prácticas Temas 1, 2 y 3
Resolución prácticas Tema 1	Búsqueda de información previa sobre la en equipo: identificación de aspectos r gestión de la producción a analizar en la e
Resolución prácticas Tema 2	
Resolución prácticas Tema 3	Visita a las instalaciones de la empresa y responsable de la misma
Presentación de la información recopilada acerca de la empresa / del guion/índice inicial de los aspectos relacionados con la estrategia de producción que van a ser objeto de análisis en el rabajo en equipo	Elaboración de un guion/índice inicial de l

Noviembre	<p>Tema 3. Capacidad y localización industrial</p> <p>Tema 4. Sistemas de planificación y control de materiales e inventarios</p> <p>Resolución prácticas Tema 3</p> <p>Resolución prácticas Tema 4</p> <p>Presentación del índice definitivo del trabajo en equipo y del informe provisional desarrollado hasta ese momento</p> <p>Presentación del guion de la presentación oral a realizar (en una diapositiva de muestra del diseño a utilizar)</p>	<p>Estudio Temas 3 y 4</p> <p>Preparación prácticas Temas 3 y 4</p> <p>Elaboración del índice definitivo del trabajo escrito y desarrollo de una versión preliminar del mismo</p> <p>Preparación del diseño de las diapositivas y elaboración del guion provisional de la presentación oral</p>
Diciembre	<p>Tema 5. Gestión de la calidad</p> <p>Resolución prácticas Tema 5</p> <p>Entrega del informe escrito y del material gráfico que se utilizará en la presentación oral en clase del trabajo en equipo</p> <p>Presentación oral del trabajo en equipo por parte de todos los miembros del equipo con apoyo de material audiovisual</p>	<p>Estudio Tema 5</p> <p>Preparación prácticas Tema 5</p> <p>Redacción de la versión definitiva del trabajo en equipo y preparación de la presentación oral</p> <p>Entrega de una ficha-resumen de cada trabajo en equipo presentado</p> <p>Preparación del examen final</p>
Enero	Evaluación final	Preparación del examen final

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de los resultados de aprendizaje anteriormente señalados tiene dos elementos:

1. *Evaluación continua:* A lo largo del semestre el estudiante podrá obtener hasta 4 puntos a partir de las siguientes actividades:

- Se controlarán las intervenciones orales realizadas por cada estudiante en las clases prácticas en relación a las actividades individuales propuestas semanalmente (tanto resolución de cuestiones prácticas como comentario de noticias de prensa de actualidad). Cada estudiante podrá alcanzar una puntuación máxima de 1,5 puntos mediante la discusión/exposición individual razonada de las actividades prácticas planteadas.
- Resolución y entrega por escrito de las actividades propuestas semanalmente. El profesor seleccionará dos de estas entregas que serán corregidas y calificadas, pudiendo alcanzarse una puntuación máxima de 0,5 puntos en cada una de ellas.
- En las sesiones de clases prácticas se planificará la actividad en equipo que permitirá obtener a cada estudiante hasta 1,5 puntos en la calificación final.

Una vez finalizado el periodo de docencia presencial, el profesor informará al alumno de la calificación obtenida en las actividades de evaluación continua. La puntuación obtenida por el estudiante en la evaluación continua se tendrá en cuenta en las tres convocatorias del curso académico: enero (ordinaria), mayo (extraordinaria adelantada) y/o junio (extraordinaria).

2. *Examen final:* Una vez finalizado el semestre, se realizará un examen a desarrollar que incluye indistintamente cuestiones teóricas y prácticas. La puntuación máxima del examen es 6 puntos y, además del dominio de los contenidos de la asignatura, se valorará positivamente la utilización de un lenguaje técnico adecuado, así como la redacción y presentación adecuadas.

Para superar la asignatura el estudiante debe obtener una calificación de, al menos, 5 puntos, suma de todas las puntuaciones obtenidas a través de la evaluación continua y del examen final, en el que es

necesario, además, obtener una puntuación mínima de 2 (sobre 6 puntos). Por tanto, si la puntuación obtenida en el examen final es inferior a 2 puntos no se tendrá en cuenta la calificación de la evaluación continua en su calificación final (que será la obtenida en el examen). Los alumnos que opten por no participar en las actividades de evaluación continua anteriormente señaladas y que son evaluadas, necesariamente, a lo largo del curso, podrán superar la asignatura en cualquier convocatoria obteniendo una calificación de, al menos, 5 puntos en el examen final.

La tabla recoge el sistema de evaluación del aprendizaje de esta asignatura, indicando las diferentes pruebas o actividades de evaluación y su peso en la calificación final.

Pruebas de evaluación	Peso en la calificación final (puntos)
<p>Evaluación continua</p> <p><i>Actividades obligatorias</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Discusión/Exposición en las clases prácticas de la resolución de las actividades prácticas propuestas. 1,5 (máximo) • Evaluación de dos prácticas seleccionadas por el profesor de entre todas las entregadas a través del Campus Virtual 1 (máximo) • Entrega de informe escrito y presentación oral de un caso de empresa (actividad a realizar en equipo) 1,5 (máximo) <p>Requisitos mínimos: Sí <u>No</u></p> <p>Las actividades de evaluación continua se realizarán DE FORMA PRESENCIAL en el horario de las clases expositivas o las prácticas de aula, por lo que se considera que la asistencia a clase es obligatoria.</p>	
<p>Examen final (a realizar en todas las convocatorias)</p> <p>Calificación máxima: 6 puntos; Calificación mínima exigida: 2 puntos (imprescindible para superar la asignatura, independientemente de la calificación obtenida en las actividades de evaluación continua); por tanto, si la puntuación obtenida en el examen final es inferior a 2 puntos no se tendrá en cuenta la calificación de la evaluación continua en su calificación final (que será la obtenida en el examen).</p> <p>Obligatorio: <u>Sí</u> No</p>	6 (máximo)

Aquellos estudiantes que se acojan al sistema de evaluación diferenciada deberán comunicar su situación, al inicio del curso, al profesor responsable de su grupo. Si bien el examen final y las actividades de evaluación continua mantendrán su mismo peso (60 y 40%, respectivamente), el profesor establecerá el calendario alternativo de actividades de evaluación continua a realizar por el alumno.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía Básica:

Manual de referencia de los contenidos generales de la asignatura:

- Fernández, E.; Avella, L. y Fernández, M. (2006): *Estrategia de Producción* (segunda edición), McGraw-Hill, Madrid.

Bibliografía Complementaria:

- Chase, R. B. y Aquilano, N. J. (2009): *Administración de Operaciones. Producción y Cadena de*

- Suministros* (duodécima edición), McGraw-Hill, México.
- Heizer, J. y Render, B. (2015a): Dirección de la Producción y de Operaciones. Decisiones Estratégicas (duodécima edición), Pearson Educación S.A., Madrid.
 - Heizer, J. y Render, B. (2015b): Dirección de la Producción y de Operaciones. Decisiones Tácticas (duodécima edición), Pearson Educación S.A., Madrid.
 - Krajewski, L. J.; Ritzman, L. P. y Malhotra M. (2008): *Administración de Operaciones. Estrategia y Análisis* (octava edición), Prentice Hall, México.
 - Liker, J. K. (2010): *Las Claves del Éxito de Toyota. 14 Principios de Gestión del Fabricante Más Grande del Mundo*, Gestión 2000, Barcelona.
 - Miranda, F. J.; Rubio, S.; Chamorro, A. y Bañegil, T. (2008): *Manual de Dirección de Operaciones*, Thomson, Madrid.
 - Schroeder, R. G.; Goldstein, S. M. y Rungtusanatham, M. J. (2011): *Administración de Operaciones. Concepto y Casos Contemporáneos* (quinta edición), McGraw-Hill Interamericana de España, Madrid.
 - Womack, J. P.; Jones, D. T. y Roos, D. (2017): *La Máquina que Cambió el Mundo (edición actualizada y ampliada)*, Profit Editorial, Barcelona.



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Dirección de Recursos Humanos		CÓDIGO	GADEMP01-2-009
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Junquera Cimadevilla Beatriz		beatrizj@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
ROSILLO CAMBLOR RAFAEL		rosillo@uniovi.es		
Ordiz Fuertes Mónica		ordiz@uniovi.es		(English Group)
PEREZ-BUSTAMANTE ILANDER GUILLERMO OLAVI		gperez@uniovi.es		(English Group)
Pérez López Susana		sperez@uniovi.es		
Junquera Cimadevilla Beatriz		beatrizj@uniovi.es		

2. Contextualización

Dirección de Recursos Humanos forma parte del módulo de Organización y Dirección y, dentro del mismo, de la materia Dirección General. Es una asignatura que, por un lado, inicia al estudiante en los conocimientos teóricos sobre la dirección de las personas, si bien, adicionalmente, se incluyen dentro de la asignatura una serie de actividades prácticas dirigidas a desarrollar en el estudiante una serie de competencias genéricas, que se citan en el apartado 4 de esta guía, así como otras más específicas, fundamentalmente relativas a la planificación y gestión de los Recursos Humanos y de su papel en la estrategia empresarial. Tras la asignatura Economía de la Empresa, de primer curso, el estudiante debe profundizar en los diversos ámbitos de la dirección de empresas. Una de las asignaturas destinadas a lograr dicho objetivo es Dirección de Recursos Humanos, cuyo fin es profundizar en la dirección de las personas, del capital humano. En ella, tras abordar las relaciones entre la dirección de los recursos humanos y la estrategia empresarial, se analizarán las diferentes decisiones vinculadas a la primera: diseño del puesto; reclutamiento, selección y contratación de personal; formación y desarrollo de la carrera; y evaluación del desempeño y retribución. Todo ello sin olvidar los retos específicos de la dirección de las personas en el mundo de los negocios de hoy en día.

3. Requisitos

No se establece ningún requisito previo.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Atendiendo a las competencias genéricas recogidas en el epígrafe correspondiente de la Memoria de Verificación del título de Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) de la Universidad de Oviedo, esta asignatura contribuye particularmente al desarrollo de las que a continuación se mencionan:

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de aprendizaje
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito del trabajo.

- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

Las competencias específicas que la asignatura pretende desarrollar en el estudiante se mencionan a continuación:

- Realizar la planificación estratégica de la empresa.
- Planificar y gestionar los recursos humanos de la organización.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

Finalmente, se muestran los resultados de aprendizaje esperados del estudiante en relación con esta asignatura:

- Comprender la naturaleza de la empresa, su funcionamiento interno y su estructura organizativa.
- Diagnosticar los problemas entre la empresa y los *stakeholders* e identificar pautas de actuación.
- Planificar la estrategia de recursos humanos y diseñar políticas concretas de actuación en los diferentes ámbitos.

5. Contenidos

5.1. Programa Abreviado

Tema 1. Introducción a la dirección de recursos humanos

Tema 2. Procesos básicos en la gestión de recursos humanos

Tema 3. Incorporación del individuo a la organización

Tema 4. Desarrollo de recursos humanos

Tema 5. Evaluación y compensación de los recursos humanos

5.2. Programa Detallado y Objetivos de Aprendizaje

Tema 1. Introducción a la dirección de recursos humanos

1.1. Las personas y la organización

1.2. El contrato psicológico

1.3. Gestión estratégica de los recursos humanos

1.3.1. Objetivos y estrategia de la función de recursos humanos

1.4. El departamento de recursos humanos

1.4.1. Funciones y actividades de la dirección de recursos humanos

Objetivos de aprendizaje

1. Distinguir los factores que, bajo control de los directivos, influyen sobre la motivación de los empleados.
2. Explicar los vínculos entre estrategia empresarial y dirección de recursos humanos.
3. Describir el modo en que las empresas pueden utilizar las prácticas de recursos humanos para abordar los cambios y tendencias en el trabajo.
4. Comprender los principios en que se asienta la dirección de recursos humanos.
5. Analizar el papel del departamento de recursos humanos.
6. Debatir estrategias de recursos humanos que puedan ayudar a la empresa a obtener una ventaja competitiva sostenible.

Material de consulta básico

Fernández y Junquera (2013): capítulo 1.

Tema 2. Procesos básicos en la gestión de recursos humanos

- 2.1. El análisis del puesto de trabajo
- 2.2. Planificación de recursos humanos
- 2.3. Diseño de puestos

Objetivos de aprendizaje

1. Evaluar un análisis de los puestos de trabajo y discutir las descripciones y especificaciones para tales puestos.
2. Conocer las técnicas básicas de análisis de puestos de trabajo.
3. Tomar decisiones sobre las cuestiones más relevantes que deben considerarse a la hora de seleccionar los métodos de análisis de puestos de trabajo.
4. Adquirir conciencia de los condicionantes de la planificación de recursos humanos.
5. Describir las prácticas elementales de planificación de recursos humanos.
6. Valorar la importancia potencial del diseño del puesto como parte del proceso de dirigir y liderar personas.
7. Diseñar puestos de trabajo flexibles.

Material de consulta básico

Fernández y Junquera (2013): capítulo 2.

Tema 3. Incorporación del individuo a la organización

- 3.1. El reclutamiento de los recursos humanos
- 3.2. La selección de los recursos humanos

3.3. Socialización de nuevos empleados

Objetivos de aprendizaje

1. Entender la importancia potencial del reclutamiento y la selección en la dirección con éxito de los recursos humanos.
2. Identificar aspectos del reclutamiento y la selección necesarios para evitar factores críticos de fallos.
3. Comprender la oferta y demanda de recursos humanos.
4. Comparar las ventajas e inconvenientes de los procesos de reclutamiento interno y externo.
5. Diferenciar los principales métodos de selección y utilizar los más fácilmente defendibles.
6. Debatir decisiones sobre personal que reduzcan o eliminen las posibilidades de contratación y promoción de las personas equivocadas.
7. Describir el proceso de socialización de los empleados.

Material de consulta básico

Fernández y Junquera (2013): capítulo 3.

Tema 4. Desarrollo de recursos humanos

- 4.1. Formación
- 4.2. Necesidades de formación
- 4.3. Programas de formación. Su implantación
- 4.4. La carrera profesional y su gestión
- 4.5. Implantación de programas de planificación de la carrera profesional

Objetivos de aprendizaje

1. Determinar cuándo hay que formar a los empleados, así como el mejor tipo de formación dadas las circunstancias de la empresa.
2. Reconocer las características que hacen que un programa de formación tenga éxito.
3. Discutir un proceso riguroso para ayudar a los empleados a desarrollar su carrera.
4. Comprender cómo debe desarrollarse una carrera profesional.
5. Analizar una cultura de la empresa que respalde el desarrollo de la carrera profesional.

Material de consulta básico

Fernández y Junquera (2013): capítulo 4.

Tema 5. Evaluación y compensación de los recursos humanos

- 5.1. La evaluación del rendimiento

5.2. Decisiones relativas al proceso de evaluación del rendimiento

5.3. Diseño de la evaluación

5.4. Las compensaciones en las empresas

5.4.1. Diseño del sistema retributivo

5.4.2. Retribución directa

5.4.3. Incentivos salariales

5.4.4. Retribución indirecta

5.4.5. Compensación intrínseca

Objetivos de aprendizaje

1. Comprender la importancia de la evaluación del rendimiento y ser capaz de describir sus elementos.
2. Analizar las ventajas e inconvenientes de los distintos sistemas de medición del rendimiento.
3. Gestionar los efectos de los errores de la medición y de los sesgos en la valoración del rendimiento.
4. Comprender cómo contribuye la evaluación del rendimiento a la gestión y desarrollo del rendimiento de los empleados.
5. Identificar los principios básicos de retribución más adecuados para cada empresa.
6. Contrastar las ventajas e inconvenientes estratégicos de las distintas opciones de retribución.
7. Establecer un programa de retribución en función del puesto de trabajo.

Material de consulta básico

Fernández y Junquera (2013): capítulo 5.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología empleada será la que a continuación se detalla. Las sesiones expositivas consistirán en la construcción de los diferentes epígrafes mediante la participación de los estudiantes, si bien con la guía del profesor. De hecho, las sesiones expositivas adquirirán la forma de sesiones-coloquio, donde se exige a los estudiantes una actitud activa, de manera que pregunten y planteen sus puntos de vista, opiniones y discrepancias. Ello incluirá su participación en la organización de los contenidos correspondientes a cada tema en las sesiones expositivas siguiendo un guion facilitado por los profesores de la asignatura con suficiente anterioridad.

En las sesiones prácticas se podrá comentar casos y problemas actuales del mundo de los negocios, se resolverán ejercicios, se expondrán ensayos y trabajos, se discutirán noticias de prensa, lecturas, se comentarán biografías de empresarios y directivos, se analizarán problemas relacionados con la dirección de las personas descritos en obras literarias y películas, etc. Con suficiente antelación. Los estudiantes recibirán la documentación pertinente que les permita preparar la actividad. Aquellos que expongan sus puntos de vista en cuanto a la situación, las decisiones que tomarían, así como el análisis que les ha llevado a adoptar la postura que defienden. Con el fin de realizar un seguimiento de los progresos de los estudiantes, los profesores podrán recoger un número de trabajos de un conjunto de estudiantes seleccionados de forma aleatoria o solicitar su exposición oral. La puntuación obtenida en dichos trabajos servirá, asimismo, para valorar la parte correspondiente de la evaluación continua de acuerdo con las pautas establecidas en el epígrafe correspondiente de esta guía. Asimismo, y también dentro del marco de las sesiones prácticas, el docente propondrá un trabajo en equipo sobre un tema de actualidad en dirección de los recursos humanos, acerca del cual los estudiantes deben realizar un ensayo escrito en equipo y defenderlo oralmente en la sesión o sesiones establecidas por los profesores a tal efecto.

En las actividades de trabajo autónomo los estudiantes realizarán por escrito las actividades sobre las que se trabajará en el aula en las sesiones prácticas, ya sea individualmente o en equipo.

La distribución por horas de los distintos tipos de actividades es la que figura en la tabla adjunta:

TRABAJO PRESENCIAL										TRABAJO NO PRESENCIAL		
Temas	Horas totales	Clase expositiva	Prácticas de aula /Seminarios/Talleres	Prácticas de laboratorio /campo /aula de informática/ aula de idiomas	Prácticas clínicas hospitalarias	Tutorías grupales	Prácticas externas	Sesiones de evaluación	Total	Trabajo grupal	Trabajo autónomo	Total
Introducción a la Dirección de Recursos Humanos	19	6	3						9		10	10
Procesos básicos de gestión de recursos humanos	19	6	3						9		10	10
Incorporación del individuo a la organización	50	5	10						15		35	35
Desarrollo de los recursos humanos	19	5	4						9		10	10

nos												
Evaluación, compensación y mantenimiento de los recursos humanos	13	6	2					8		5		5
Temas de actualidad en Dirección de Recursos Humanos	26		6					6	20			20
Prueba final	4							4	4			
Total	150	28	28					4	60	20	70	90

Dichas horas se distribuyen porcentualmente del modo que muestra la siguiente tabla.

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Sesiones expositivas	28	18,67	40
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	28	18,67	
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas	0	0	
	Prácticas clínicas hospitalarias	0	0	
	Tutorías grupales	0	0	
	Prácticas externas	0	0	
	Sesiones de evaluación	4	2,67	
No presencial	Trabajo en grupo	20	13,33	60
	Trabajo Individual	70	46,67	
Total		150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

~La metodología de evaluación al estudiante incluirá dos componentes: a) evaluación continua y b) examen final.

La evaluación continua considerará los siguientes aspectos. En primer lugar, la participación activa del estudiante en las actividades del aula, ya sea durante las sesiones expositivas o durante las sesiones prácticas. En segundo lugar, la entrega de las actividades solicitadas por el docente en el aula durante las sesiones prácticas. En tercer lugar, la entrega por escrito del trabajo y su exposición oral. La ponderación de las actividades de evaluación continua será del 40% y se desglosará seguidamente. En la entrega de actividades individuales se valorarán especialmente, además de la claridad expositiva y la capacidad de síntesis del estudiante, la profundidad en su conocimiento de la materia y su competencia en la aplicación de los conocimientos adquiridos. Este último aspecto se analizará considerando la capacidad del estudiante para detectar los elementos fundamentales frente a los meramente accesorios del problema planteado, así como su creatividad en el proceso de búsqueda y sugerencia de soluciones prácticas, apoyándose en los conocimientos adquiridos. La ponderación de la nota obtenida por la entrega de actividades individuales será del 15%.

Los criterios de evaluación para los trabajos realizados en equipo incluirán los señalados para la entrega periódica de actividades individuales, así como la capacidad de comunicación mostrada durante la exposición oral del trabajo. La nota obtenida por el trabajo y su exposición será del 15%. En la participación activa del estudiante en las actividades del aula se valorará fundamentalmente su capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos a los dilemas planteados, incidiendo en su habilidad para percibir los distintos puntos de vista desde los que puede encararse el problema. Especialmente se tendrán en cuenta su capacidad para detectar la percepción de los asuntos planteados por las distintas partes y su habilidad táctica para desarrollar alternativas de actuación que, satisfaciendo las demandas de cada uno de los grupos participantes, responda a los intereses de la empresa como conjunto. La nota obtenida por la participación activa del estudiante en las actividades del aula ponderará un 10%.

El examen final será escrito e incluirá aspectos teóricos y prácticos. Su ponderación será del 60%. Para superar la asignatura el estudiante debe obtener una nota de al menos 5 puntos sumando todas las puntuaciones ponderadas obtenidas a través de la evaluación continua y del examen final. El estudiante debe sacar al menos 2 puntos (sobre 6 puntos) en el examen para, una vez sumada la nota de evaluación continua, superar la asignatura. La puntuación ponderada obtenida por el estudiante en la evaluación continua se tendrá en cuenta en todas las convocatorias del curso académico.

Los estudiantes que opten por no participar en las actividades de evaluación continua anteriormente señaladas y que son evaluadas, necesariamente, a lo largo del curso, podrán superar la asignatura en cualquiera de las convocatorias obteniendo una puntuación de, al menos, 5 puntos tras haber aplicado el porcentaje de ponderación del examen final (60%) a la calificación obtenida en el mismo.

Por otra parte, aquellos estudiantes que decidan solicitar al Decanato de la Facultad la evaluación diferenciada y que consigan su concesión serán evaluados mediante el siguiente procedimiento. El examen se valorará sobre 8 puntos y se realizará en la fecha y lugar asignados por el Decanato de la Facultad de Economía y Empresa para este tipo de pruebas, en cualquier caso la misma que la del examen del resto de los estudiantes matriculados en la asignatura. Los estudiantes a quienes se haya concedido evaluación diferenciada deberán responder, en primer lugar, a las mismas preguntas que sus compañeros, pero, además, los estudiantes con derecho a evaluación diferenciada deberán responder a dos preguntas adicionales, valoradas conjuntamente con dos puntos. La segunda exigencia para los estudiantes con derecho a evaluación diferenciada es la entrega de un trabajo escrito y su presentación oral, cuya puntuación máxima será de dos puntos. La temática del mismo será establecida por el profesor individualmente con cada estudiante afectado una vez este haya contactado con él. De este modo, es obligación de cada estudiante que siga un modelo de evaluación diferenciada ponerse en contacto con el profesor por cualquiera de los medios factibles con el fin de precisar las condiciones que debe cumplir un trabajo para obtener una valoración positiva. Los criterios de valoración del trabajo serán los mismos que constan en la guía docente para la evaluación de los trabajos en equipo que realizan el resto de los estudiantes. La entrega y presentación oral de los trabajos se realizará tras la finalización del examen de cada convocatoria, en caso de ser posible, o, de lo contrario, en hora y lugar establecido por los profesores de la asignatura. Para aprobar la asignatura los estudiantes que opten por el modelo de evaluación diferenciada deben cumplir dos condiciones simultáneamente. En primer lugar, es necesario que obtengan, al menos, una puntuación de cuatro puntos (sobre los ocho que, como máximo, puede obtenerse) en el examen final. En segundo lugar, la nota final, obtenida tras realizar la suma entre la puntuación obtenida en el examen y la obtenida tras evaluar la entrega del ensayo escrito y su presentación oral, debe ser de, al menos, cinco puntos. Deben cumplirse ambas condiciones para superar la asignatura. El cumplimiento de una sola de ellas no permite conseguir el aprobado. La tabla que se muestra a continuación muestra, de forma resumida, las ponderaciones de las distintas actividades que se someterán a evaluación, así como los requisitos mínimos que se exigirán a los

estudiantes.

Pruebas de evaluación para los estudiantes del modelo general	Ponderación en la calificación final (en porcentaje)
<p>Evaluación continua</p> <p>Participación activa del estudiante en las sesiones expositivas y sesiones prácticas</p> <p>Trabajos individuales entregados por escrito en las sesiones expositivas y sesiones prácticas</p> <p>Trabajo en equipo expuesto oralmente</p> <p>Requisitos mínimos: Sí No</p> <p>Las actividades de evaluación continua se realizarán DE FORMA PRESENCIAL en el horario de las sesiones expositivas y prácticas de aula (tras el trabajo autónomo individual y en equipo previo por parte del estudiante).</p>	<p>10%</p> <p>15%</p> <p>15%</p>
<p>Examen final (a realizar en todas las convocatorias)</p> <p>Obligatorio: Sí No</p> <p>No se podrá aprobar la asignatura sin haber obtenido, al menos, una puntuación de 2 (sobre seis puntos, la puntuación máxima del examen) en el examen. No obstante, una segunda condición para superar la asignatura es obtener una nota global de 5 tras sumar la nota de evaluación continua y la obtenida en el examen.</p>	<p>60%</p>

Pruebas de evaluación para los estudiantes del modelo de evaluación diferenciada	Ponderación en la calificación final (en porcentaje)
<p>Examen final (a realizar en todas las convocatorias)</p> <p>Obligatorio: Sí No</p> <p>Incluirá las mismas preguntas que al resto de los estudiantes, cuyo valor máximo es de seis puntos, y otras dos adicionales, las cuales</p>	

tendrán un valor conjunto de dos puntos.	80%
<p>Trabajo escrito y su presentación oral</p> <p>Trabajo realizado tras ser establecido el tema por el profesor, que se entregará y presentará oralmente, si es posible, el día del examen y, en caso contrario, cuando el profesor disponga.</p> <p>Obligatorio: Sí No</p>	
No se podrá aprobar la asignatura sin haber obtenido, al menos, una puntuación de 4 (sobre ocho puntos, la puntuación máxima del examen) en el examen. No obstante, una segunda condición para superar la asignatura es obtener una nota global de 5 tras sumar la nota obtenida en el ensayo escrito y su exposición y la obtenida en el examen.	20%

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica:

Fernández, E. y Junquera, B. (2013): *Iniciación a los Recursos Humanos*, Septem Ediciones, Oviedo.

Bibliografía complementaria:

Chiavenato, I. (2007): *Administración de Recursos Humanos. El Capital Humano en las Organizaciones* (8ª Ed.), McGraw Hill, México.

Dolan, S., Valle, R., Jackson, S. y Schuler, R. (2007): *La Gestión de los Recursos Humanos* (3ª Ed.), McGraw Hill, Madrid.

Gómez-Mejía, L.; Balkin, D. y Cardy, R. (2008): *Dirección y Gestión de Recursos Humanos* (5ª Ed.), Prentice Hall, Madrid.

Werther, W. B. y Daves, K. (2008): *Administración de Recursos Humanos* (6ª Ed.), McGraw Hill, México.

Material complementario: 1) Películas para su proyección y posterior debate 2) Textos y noticias de prensa para discusión 3) Lecturas sobre temas actuales 4) Casos para discusión / resolución.

Curso Tercero

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Sistema Fiscal Español I	CÓDIGO	GADEMP01-3-001
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
ARIZAGA JUNQUERA MARIA DE LA CONCEPCION	cariza@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
MUÑIZ PEREZ MANUEL ANTONIO	manumuni@uniovi.es		
GROSSI SAMPEDRO BEATRIZ ANGELES	bgrossi@uniovi.es		
ARIZAGA JUNQUERA MARIA DE LA CONCEPCION	cariza@uniovi.es		

2. Contextualización

Esta asignatura se incluye en el Módulo *Marco Jurídico y Sistema Fiscal*, dentro de la Materia *Sistema Fiscal* (junto con la asignatura obligatoria de 3º, 2º semestre, Sistema Fiscal Español II, y la asignatura Optativa de 4º Planificación Fiscal para el grado de ADE).

En los cursos de Sistema Fiscal Español I y II se analizan las figuras principales del nuestro sistema fiscal. Concretamente, este primer curso comienza con unos capítulos introductorios dedicados a los conceptos tributarios recogidos en la Ley General Tributaria. A continuación se aborda el núcleo central de la asignatura, destinado al análisis del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), pilar básico de la imposición directa e instrumento esencial a la hora de dotar de equidad al sistema tributario en su conjunto.

Este primer curso enlaza directamente con la asignatura Sistema Fiscal Español II, que en el segundo semestre se dedica principalmente al análisis de la fiscalidad empresarial (Impuesto sobre Sociedades y el IVA), y se complementa con la asignatura optativa de Planificación Fiscal para los alumnos de ADE.

3. Requisitos

No existe ningún prerrequisito necesario para la realización de la asignatura. Aunque en el Doble Grado es conveniente que los alumnos hayan cursado previamente la asignatura de Derecho Financiero y Tributario, parte general.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias que se trabajan en esta asignatura son:

1. Competencias genéricas o transversales

Instrumentales:

- capacidad para el análisis y síntesis
- resolución de problemas
- toma de decisiones

Sistémicas:

- capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica

2. Competencias específicas de la materia

Disciplinares:

- conocimiento teórico y práctico de los impuestos directos en España

Profesionales:

- utilización de la legislación tributaria
- adquisición de habilidad para resolver casos
- liquidación de impuestos directos

5. Contenidos

5.1. PROGRAMA ABREVIADO

Introducción al sistema tributario español.

Conceptos de la Ley General Tributaria.

Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

Imposición sobre la Riqueza.

5.2. PROGRAMA DETALLADO Y OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Tema 1.- Introducción al sistema tributario español y principales conceptos de la Ley General Tributaria

1.1.- Introducción.

1.2.- Cuadro fiscal español.

1.3.- Obligación tributaria. El hecho imponible. Supuestos de no sujeción y exenciones.

- 1.4.- Obligados tributarios. Domicilio fiscal.
- 1.5.- Base Imponible y base liquidable.
- 1.6.- Tipo de gravamen y cuotas tributarias
- 1.7.- Deuda Tributaria.
- 1.8.- Extinción de la obligación tributaria.

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- Tema introductorio que aborda los ingresos fiscales y su clasificación, así como la revisión del sistema fiscal vigente en nuestro país, también se analiza el estudio de los principales conceptos impositivos en general que serán aplicados al IRPF y demás impuestos.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Analizar el sistema fiscal español.
- Definir los principales elementos de un impuesto.

Tema 2.- El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas IRPF (I)

- 2.1.- Naturaleza. Ámbito de aplicación. Hecho imponible. Exenciones.
- 2.2.- Contribuyente. La unidad familiar. Individualización de rentas.
- 2.3.- Periodo Impositivo y devengo.
- 2.4.- Imputación temporal de ingresos y gastos
- 2.5.- La atribución de rendimientos.
- 2.6.- Determinación de la renta sometida a gravamen: base imponible y base liquidable.

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- Con este tema se inicia el bloque central del curso dedicado al IRPF y se estudian aspectos tan importantes como el contribuyente, residencia fiscal, la unidad familiar, período impositivo y devengo....

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Definir el contribuyente del IRPF.
- Analizar las implicaciones de la residencia fiscal.

Tema 3.- IRPF (II) - Rendimientos del trabajo

3.1.- Concepto y enumeración.

3.2.- Consideración fiscal de las dietas y asignaciones para gastos de viaje.

3.3.- Rendimientos de trabajo en especie.

3.4.- Determinación del importe de los rendimientos de trabajo sometidos a tributación: rendimientos íntegros, porcentajes de reducción sobre el rendimiento íntegro, gastos deducibles, y reducción sobre el rendimiento neto.

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- Estudio de los rendimientos del trabajo, principal componente de las rentas declaradas en el IRPF, con especial atención al tratamiento de las dietas y gastos de viaje y a los rendimientos en especie.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Definir los rendimientos del trabajo
- Distinguir los rendimientos del trabajo monetarios y en especie
- Calcular el rendimiento neto del trabajo

Tema 4.- IRPF (III) - Rendimientos del capital inmobiliario

4.1.- Los rendimientos del capital: concepto y clasificación.

4.2.- Rendimiento de capital inmobiliario: rendimiento íntegro, gastos deducibles y reducciones. Rendimiento mínimo en caso de parentesco.

4.3.- Imputación de rentas inmobiliarias

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- Estudio de los rendimientos de capital inmobiliarios y la imputación de rentas inmobiliarias.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Definir los rendimientos del capital, tanto mobiliario como inmobiliario
- Distinguir las imputaciones de rentas inmobiliarias
- Calcular el rendimiento neto del capital inmobiliario.

Tema 5.- IRPF (IV)- Rendimientos del capital mobiliario

5.1.- Concepto y clasificación.

- 5.2.- Determinación del rendimiento Íntegro.
- 5.3.- Gastos deducibles.
- 5.4.- Reducciones aplicables sobre el rendimiento neto.
- 5.5.- Retenciones e ingresos a cuenta.

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- Estudio de los rendimientos de capital mobiliarios.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Definir los rendimientos del capital mobiliario.
- Calcular el rendimiento neto de capital mobiliario.

Tema 6.- IRPF (V) - Rendimientos de actividades económicas

- 6.1.- Concepto, reglas generales y afectación. Regímenes para la determinación de los rendimientos netos.
- 6.2.- Estimación directa modalidad normal y modalidad simplificada
- 6.3.- Estimación objetiva.
- 6.4.- Reducciones.

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- En este tema se estudia los rendimientos de actividades económicas, y los diferentes métodos para la determinación de los rendimientos netos, así como de las reducciones aplicables sobre estos.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Definir los rendimientos de actividades económicas
- Distinguir los diferentes métodos de estimación: directa, normal y simplificada, y objetiva
- Calcular el rendimiento neto de la actividad y las reducciones sobre el mismo

Tema 7.- IRPF (VI) - Ganancias y pérdidas patrimoniales

- 7.1.- Concepto. Supuestos de no sujeción y exenciones.
- 7.2.- Determinación del importe de las ganancias y pérdidas patrimoniales Normas generales.

Régimen transitorio.

7.3.- Normas especiales de valoración

7.4.- Ganancias patrimoniales por cambio de residencia.

7.5.- Ganancias diferidas o excluidas de gravamen en supuestos de reinversión.

7.6.- Ganancias patrimoniales no justificadas.

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- Estudio de las variaciones patrimoniales y su norma de valoración, tanto la general como las especiales.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Definir las ganancias y pérdidas de patrimonio
- Aplicar las diferentes normas de valoración de las variaciones patrimoniales

Tema 8.- IRPF (VII) - Determinación de la base imponible y liquidable

8.1- Clases de renta: renta general y renta del ahorro.

8.2.- Integración y compensación de rentas: base imponible general y base imponible del ahorro.

8.3.- Reducciones de la base imponible: Base liquidable general y del ahorro

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- Estudiados los diferentes rendimientos, en este tema se analiza la integración de los mismos en la base imponible –general y del ahorro- y su transformación en la base liquidable.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Definir las bases imponibles y liquidables
- Reconocer las diferentes reducciones de la base imponible

Tema 9.- IRPF (VIII) - Determinación de la cuota íntegra y la cuota diferencial

9.1.- Mínimo personal y familiar.

9.2.- Escalas y tipos. Cuota íntegra estatal y autonómica

- 9.3.- Deducciones de la cuota íntegra. Cuota líquida
- 9.4.- Deducciones de la cuota líquida. Cuota diferencial
- 9.5.- Deducciones de la cuota diferencial. Cuota resultante de la autoliquidación
- 9.6.- Gestión del impuesto

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- A partir de la base liquidable obtenida en el tema anterior, se estudia la aplicación de los mínimos personal y familiar y el cálculo de las cuotas íntegra, líquida, diferencial y final.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Definir los mínimos personal y familiar
- Aplicar las tarifas y tipos del impuesto
- Calcular las cuotas del impuesto

Tema 10.- La Imposición sobre la Riqueza

- 10.1.- El Impuesto sobre el Patrimonio.
- 10.2.- El Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones.

Objetivos:

Objetivos generales del tema:

- El estudio del Impuesto sobre el Patrimonio y del Impuesto de Sucesiones y Donaciones.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer la naturaleza, hecho imponible, sujeto pasivo, bases y cuotas del Impuesto sobre el Patrimonio y del de Sucesiones y Donaciones.

6. Metodología y plan de trabajo

Actividades presenciales:

La asignatura se impartirá mediante:

- Clases expositivas en las cuales se explican los conceptos de cada tema y se realizan numerosos ejemplos que faciliten la comprensión por parte del alumno. Estas clases son impartidas al grupo completo, no necesariamente como lección magistral, sino procurando una participación activa del alumnado en la dinámica de las mismas.
- Prácticas de aula: clases de resolución de supuestos prácticos. El objetivo de las prácticas es la aplicación de los conceptos y herramientas introducidos en las clases teóricas a la resolución de

problemas y también consolidar la adquisición de conocimientos y destrezas por parte del estudiante. En el desarrollo de estas clases se combinará la resolución guiada por parte del profesor de algunos supuestos con la resolución individual o en grupo y una discusión posterior de resultados.

Actividades no presenciales:

El estudiante dispondrá de diferentes materiales en la biblioteca del centro, así como de otros que serán puestos a su disposición durante el curso, con el fin de orientar y facilitar el estudio de los contenidos del temario y la resolución de los ejercicios que deba realizar de forma individual para ser entregados.

El número de horas requerido o estimado para las distintas actividades se recoge a continuación:

Créditos ECTS de la asignatura:

6 créditos ECTS (150 horas de trabajo del alumno)

Actividad	Horas
Clases presenciales	
• Teoría	28
• Práctica	28
• Evaluación	4
Evaluación continua, preparación y realización del examen final (trabajo individual alumno)	90
TOTAL	150

Cronograma

Semana	Clases presenciales	Trabajo del alumno
1	Presentación Tema 1	Estudio Tema 1
2	Tema 1	Estudio Tema 1
3	Tema 2	Estudio Tema 2
4	Tema 3	Estudio Tema 3
5	Tema 4	Estudio Tema 4
6	Tema 5	Estudio Tema 5
7	Tema 6	Estudio Tema 6

8	Tema 7	Estudio Tema 7
9	Tema 8	Estudio Tema 8
10	Tema 9	Estudio Tema 9
11	Tema 9 (continuación)	Estudio Temas 9
12	Ejercicios de liquidación de IRPF	Práctica ejercicios de liquidación de IRPF, preparación examen
13	Ejercicios de liquidación de IRPF	Preparación examen
14	Tema 10	Estudio del tema 10

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La nota final de la asignatura se calcula a partir de la nota en la evaluación continua (40% de la nota final) y de la nota en el examen final (60% de la nota final):

- **Evaluación continua:** Durante el curso se realizarán pruebas tanto relacionadas con los contenidos teóricos como con los contenidos prácticos. A través de dichas pruebas se pretende evaluar el nivel de conocimientos adquiridos por el alumno en cada momento del tiempo. La valoración de la evaluación continua será como máximo de 4 puntos sobre 10.

- **Examen final:** tendrá un valor de 6 puntos, siendo obligatorio para aprobar la asignatura un mínimo de 2 en esta parte. Si el alumno no llega al 2 NO se le sumará la nota de la evaluación continua, figurando sólo la nota del examen final.

No obstante lo anterior, los estudiantes que sigan el régimen de **dedicación a tiempo parcial con evaluación diferenciada** conforme al artículo 7 del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado, debidamente acreditados, podrán someterse a una prueba de evaluación única, que coincidirá en fecha con el examen final al que se ha hecho referencia anteriormente para el resto de los alumnos. Esta prueba de evaluación constará de diversas partes de teoría y práctica. La calificación máxima de la citada prueba será de 10 puntos, y se considerará superada la asignatura con un mínimo de 5 puntos.

Las fechas de examen deberán ser consultadas en el Centro ante posibles modificaciones.

Las pruebas de evaluación continua NO se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

En todas las pruebas escritas se exigirá rigor y precisión en el lenguaje, claridad y orden, así como redacción sin fallos ortográficos ni gramaticales.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Dados los objetivos de la asignatura es imprescindible la ley, reglamento y, en su caso, otra normativa de desarrollo de los impuestos estudiados.

Bibliografía básica:

- Emilio Albi Ibáñez, Raquel Paredes Gómez y José Antonio Rodríguez Ondarza: "Sistema Fiscal Español II". Edit. Ariel. 7ª edición actualizada, Barcelona, 2016.
- Mª del Carmen Moreno Moreno y Raquel Paredes Gómez: "Casos Prácticos del Sistema Fiscal. Resueltos y Comentados". Delta Publicaciones, 2ª edición, Madrid, 2016.

Bibliografía complementaria:

- Roberto Alonso Alonso: "Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (1). Comentarios y casos prácticos 2017". Edit. Centro de Estudios Financieros, 7ª edición, mayo 2017.

La bibliografía citada está actualizada en el momento de realización de esta guía. La aparición de nuevas ediciones se les comunicará a los alumnos en las clases presenciales.

Enlaces web

Agencia Tributaria [www.aeat.es]

Instituto de Estudios Fiscales [www.ief.es]

Ministerio de Economía y Hacienda [www.meh.es] [Dirección General de Tributos]

Asociación de Inspectores de Hacienda [www.inspectoresdehacienda.org]

Asociación de Subinspectores de Hacienda [www.subinspectores.org]

Asociación de Asesores Fiscales de España [www.aedaf.es]

Registro de Economistas Asesores Fiscales de España [www.reaf.es]

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Sistema Fiscal Español II	CÓDIGO	GADEMP01-3-002
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
BILBAO TEROL CELIA CLOTILDE	cbilbao@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
GARCIA VALIÑAS MARIA DE LOS ANGELES	mariangv@uniovi.es		
BILBAO TEROL CELIA CLOTILDE	cbilbao@uniovi.es		
ARIZAGA JUNQUERA MARIA DE LA CONCEPCION	cariza@uniovi.es		

2. Contextualización

Esta asignatura se incluye en el Módulo *Marco Jurídico y Sistema Fiscal*, dentro de la Materia *Sistema Fiscal* (junto con la asignatura obligatoria de 3º, 1ª semestre, Sistema Fiscal Español I, y la asignatura Optativa de 4º Planificación Fiscal). En los cursos de Sistema Fiscal Español I y II se analizan las figuras principales del nuestro sistema fiscal. En la primera asignatura se analiza la imposición directa que recae sobre las personas físicas, en esta segunda se completa el conocimiento del sistema fiscal estatal estudiando principalmente la fiscalidad empresarial (Impuesto sobre Sociedades y al Impuesto sobre el Valor Añadido). El módulo se complementa con la asignatura optativa de Planificación Fiscal.

3. Requisitos

Conceptos básicos de la Ley General Tributaria.

Algunos conceptos elementales de distintas ramas del derecho (civil, mercantil, etc.).

Contabilidad financiera.

Todos ellos deberían haber sido adquiridos en otras asignaturas del grado ya cursadas.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las **competencias** que se trabajan con esta asignatura son:

Genéricas

- Capacidad para el análisis y síntesis.
- Habilidades de gestión de la información: obtención y análisis de diferentes fuentes.

- Resolución de problemas.
- Toma de decisiones.
- Capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Capacidad para aprender.
- Habilidad para trabajar de forma autónoma.

Específicas

- Completar el conocimiento, tanto práctico como teórico, de las principales figuras impositivas estatales comenzado en la asignatura del Sistema Fiscal Español I.
- Utilización de la legislación de los distintos impuestos.
- Adquirir una cierta habilidad en la aplicación de la misma, en el sentido de llevar las ideas adquiridas en la teoría a casos reales.
- Consulta en caso de duda, de la doctrina administrativa y jurisprudencia.
- Liquidación completa de impuestos.

5. Contenidos

PROGRAMA ABREVIADO:

Impuesto sobre Sociedades. Temas 1 a 11

Impuesto sobre el Valor Añadido. Temas 12 y 13

Otros impuestos. Tema 14

PROGRAMA DESARROLLADO:

IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

Tema 1. Introducción

Naturaleza y ámbito espacial de aplicación.

Hecho imponible.

Contribuyentes.

Exenciones.

Período impositivo y devengo del impuesto.

Objetivos del tema:

Conocimiento del ámbito de aplicación del impuesto tanto espacial como objetivo, subjetivo y temporal.

Tema 2. Base Imponible y Estructura del Impuesto

Base imponible: concepto y regímenes de determinación.

Estructura de la liquidación.

Objetivos del tema:

Proporcionar una visión general del proceso de liquidación del impuesto, haciendo especial hincapié en la interrelación existente entre la normativa contable y la fiscal.

Tema 3. Amortizaciones

Reglas Generales.

Métodos de Amortización.

Amortización del Inmovilizado Intangible.

Limitación a la amortización para periodos impositivos iniciados en 2013 y 2014.

Régimen transitorio.

Objetivos del tema:

En este tema se comienza el estudio las correcciones valorativas del Impuesto de Sociedades. En concreto se analiza en profundidad la primera y quizás la más importante, al menos a nivel práctico, de estas correcciones valorativas: las amortizaciones.

Tema 4. Beneficios Fiscales Relacionados con la Amortización

Beneficios relacionados con la amortización recogidos en la LIS.

Beneficios relacionados con la amortización establecidos en disposiciones anteriores a la Ley del impuesto.

Beneficios relacionados con la amortización para Empresas de Reducida Dimensión. Definición de Empresa de Reducida Dimensión.

Objetivos del tema:

Señalar los beneficios que pueden obtener los contribuyentes del impuesto según su política de amortizaciones. Iniciar el estudio del régimen especial más importante del Impuesto, el Régimen Especial para Empresas de Reducida Dimensión.

Tema 5. Regímenes Fiscales del Arrendamiento Financiero

Régimen General.

Régimen Especial.

Régimen Transitorio.

Objetivos del tema:

Seguir con el estudio de las correcciones valorativas completando las amortizaciones con el tratamiento fiscal que se da en determinados supuestos al leasing y contratos asimilados.

Tema 6. Otras correcciones de Valor y Provisiones

Pérdida por deterioro del valor de los elementos patrimoniales.

Provisiones.

Gastos no deducibles.

Limitación en la deducibilidad de gastos financieros.

Objetivos del tema:

Seguir con el estudio de las correcciones valorativas abordando la otra gran corrección de valor, las pérdidas por deterioro de valor y las provisiones.

Delimitar que partidas son o no fiscalmente deducibles.

Tema 7. Reglas de Valoración y Régimen de Determinación de Rentas Extraordinarias

Regla general de valoración. Reglas especiales.

Régimen general de determinación de rentas extraordinarias.

Efectos de la valoración contable diferente a la fiscal.

Imputación temporal de ingresos y gastos.

Objetivos del tema:

Análisis de las reglas de valoración fiscales de los elementos patrimoniales y los efectos de las posibles diferencias con los valores contables.

Conocer el tratamiento fiscal, y, en su caso, la diferencia con el contable, de las rentas de carácter extraordinario.

Conocer los criterios para imputar fiscalmente las rentas, señalando las posibles diferencias con los ingresos contables.

Tema 8. Exenciones objetivas

Exención para evitar la doble imposición sobre dividendos y rentas derivadas de la transmisión de valores representativos de los fondos propios de entidades residentes y no residentes.

Exención de determinadas rentas obtenidas en el extranjero a través de un establecimiento permanente.

Objetivos del tema:

Análisis de las dos exenciones objetivas del impuesto, cuyo fin es corregir la doble imposición y su validez frente a otras alternativas (convenios y deducciones en la cuota).

Tema 9. Reducciones de la base imponible

Reducción de ingresos procedentes de determinados activos intangibles.

Obra benéfica social de las cajas de ahorros y fundaciones bancarias.

Reserva de capitalización.

Reserva de nivelación.

Compensación de bases imponibles negativas.

Objetivos del tema:

Estudio de diversas reducciones a practicar en la base imponible.

Análisis de dos de las principales novedades de la reforma fiscal como son las reservas de capitalización y nivelación en ERD.

Tema 10. Cálculo de las cuotas del impuesto. Deuda tributaria

Tipos de gravamen y cuota íntegra.

Esquema de las deducciones de la cuota íntegra. La cuota líquida.

Deducciones por doble imposición.

Bonificaciones.

Deducciones para incentivar determinadas actividades.

Pagos a cuenta. Cuota diferencial.

Objetivos del tema:

Cuantificación de las cuotas del impuesto.

Tema 11. Regímenes Especiales y gestión del Impuesto

Regímenes tributarios especiales.

Especial referencia a las PYMES.

Gestión del impuesto.

Objetivos del tema:

Hacer una breve mención a los regímenes especiales existentes, recopilando lo ya estudiado en apartados anteriores sobre el de empresas de reducida dimensión.

Conocimiento básico de temas de gestión: plazos de presentación de las autoliquidaciones, plazos y cuantía de los pagos fraccionados, etc.

IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

Tema 12

Naturaleza y ámbito espacial.

Hecho imponible.

Exenciones.

Lugar de realización del hecho imponible.

Devengo del impuesto.

Tema 13

Base imponible.

Sujetos pasivos y responsables.

Tipos impositivos.

Deducciones y devoluciones.

Regímenes especiales.

Gestión del impuesto.

Objetivos de los temas:

Alcanzar un conocimiento básico del funcionamiento de este impuesto y su repercusión empresarial.

OTROS IMPUESTOS

Tema 14

Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados: naturaleza, contenido y ámbito de aplicación.

ITPAJD, modalidades: Transmisiones Patrimoniales Onerosas, Operaciones Societarias, Actos Jurídicos Documentados.

Impuestos especiales: naturaleza, ámbito de aplicación y relación con otros impuestos indirectos.

Objetivos del tema:

Completar el cuadro de la imposición indirecta estatal

6. Metodología y plan de trabajo

Actividades presenciales:

La asignatura se impartirá mediante:

- Clases expositivas en las cuales se explican los conceptos de cada tema y se realizan numerosos ejemplos que faciliten la comprensión por parte del alumno. Estas clases son impartidas al grupo completo, no necesariamente como lección magistral, sino procurando una participación activa del alumnado en la dinámica de las mismas.
- Prácticas de aula: clases de resolución de supuestos prácticos que previamente se ponen a disposición del alumno en el Campus Virtual. El objetivo de las prácticas es la aplicación de los conceptos y herramientas introducidos en las clases teóricas a la resolución de problemas y también consolidar la adquisición de conocimientos y destrezas por parte del estudiante. En el desarrollo de estas clases se combinará la resolución guiada por parte del profesor de algunos supuestos con la resolución individual o en grupo y una discusión posterior de resultados.

Actividades no presenciales: el estudiante dispondrá de diferentes materiales en la biblioteca del centro y en el Campus Virtual con el fin de orientar y facilitar el estudio de los contenidos del temario.

El número de horas requerido o estimado para las distintas actividades se recoge a continuación:

Créditos ECTS de la asignatura:

6 créditos ECTS (150 horas de trabajo del alumno)

Actividad	Horas
Clases presenciales	
• Teoría	28
• Práctica	28
• Evaluación	4
Total horas presenciales	60
Horas no presenciales (trabajo individual alumno)	90
TOTAL	150

Cronograma:

Semanas	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Presentación de la asignatura. Tema 1. Resolver cuestiones teóricas y ejercicios	Estudiar tema 1 y resolver los ejercicios propuestos
2	Tema 2. Resolución problemas	Estudiar tema 2 y resolver los ejercicios propuestos
3	Tema 3. Resolución problemas	Estudiar tema 3 y resolver los ejercicios propuestos
4	Tema 4. Resolución problemas	Estudiar tema 4 y resolver los ejercicios propuestos

5	Tema 5. Resolución problemas	Estudiar tema 5 y resolver los ejercicios propuestos
6	Tema 6. Resolución problemas	Estudiar tema 6 y resolver los ejercicios propuestos
7	Tema 7. Resolución problemas	Estudiar tema 7 y resolver los ejercicios propuestos
8	Tema 8 y 9. Resolución problemas	Estudiar temas 8 y 9 y resolver los ejercicios propuestos
9	Tema 10. Resolución problemas	Estudiar tema 10 y resolver los ejercicios propuestos
10	Tema 11. Resolución problemas	Estudiar tema 11 y resolver los ejercicios propuestos
11	Tema 12. Resolución problemas	Estudiar tema 12 y resolver los ejercicios propuestos
12	Tema 13. Resolución problemas	Estudiar tema 13 y resolver los ejercicios propuestos
13	Tema 14. Resolución problemas	Estudiar tema 14 y resolver los ejercicios propuestos
14	Preparación del examen	Repaso de la asignatura y resolución de exámenes de años anteriores

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La nota final de la asignatura se calcula a partir de la nota en la evaluación continua (40% de la nota final) y de la nota en el examen final (60% de la nota final) siempre que el estudiante obtenga en el mismo una calificación igual o superior a la mínima de 2 puntos sobre 6. Si el alumno no llega al 2 no se le sumará la nota de la evaluación continua figurando sólo la nota del examen final.

- Evaluación continua: durante el curso se realizarán pruebas tanto relacionadas con los contenidos teóricos (en algunas ocasiones podrán ser tipo test) como con los contenidos prácticos (resolución de supuestos similares a los realizados en las clases prácticas). Si la prueba a realizar es tipo test se penalizarán las respuestas mal contestadas.

- Examen final. Consistirá en una prueba de conjunto, por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

La evaluación continua es imprescindible realizarla en el **grupo asignado oficialmente**, tanto para las clases expositivas como para las prácticas de aula.

La evaluación continua es un proceso acumulativo y es necesario ir demostrando a lo largo del semestre que se van alcanzando los objetivos de aprendizaje. Las pruebas que se plantean tienen sentido en el

momento temporal en el que se realizan y por tanto, no son repetibles. **La evaluación continua no es recuperable.**

Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

Para los alumnos a los que se haya **concedido la evaluación diferenciada** por tener una dedicación a tiempo parcial, semipresencial y no presencial, el mecanismo de evaluación consiste en un único examen, en que se valoran tanto conocimientos teóricos como prácticos, y consta de preguntas adicionales sobre las de los alumnos que sigan la evaluación continua. La calificación máxima que se puede obtener es de diez puntos, para superar la asignatura es necesario obtener al menos 5 puntos. El examen se realizará en las mismas fechas y lugares establecidos por el centro para el examen final de la evaluación continua.

Las fechas de examen deberán ser consultadas en el Centro ante posibles modificaciones.

En todas las pruebas escritas se exigirá, rigor y precisión en el lenguaje, claridad y orden, así como redacción sin fallos ortográficos ni gramaticales.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Dados los objetivos de la asignatura es imprescindible la ley, reglamento y, en su caso, otra normativa de desarrollo de los impuestos estudiados.

Bibliografía básica:

- Emilio Albi Ibáñez, Raquel Paredes Gómez y José Antonio Rodríguez Ondarza: "Sistema Fiscal Español II". Edit. Ariel. 7ª edición actualizada. Barcelona, 2016.
- Patricia Herrero de la Escosura, Ana Isabel González González: "Impuesto sobre Sociedades. Edit. Tirant Lo Blanch". 2ª edición, actualizada a la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, Valencia, 2015.
- Mª del Carmen Moreno Moreno y Raquel Paredes Gómez: "Casos Prácticos del Sistema Fiscal. Resueltos y Comentados". Delta Publicaciones, 2ª edición, Madrid, 2016.

Bibliografía complementaria:

- Fernando Borrás Amblar y José Vicente Navarro Alcázar: "Impuesto sobre Sociedades (1). Régimen General. Comentarios y casos prácticos". Edit. Centro de Estudios Financieros, 7ª edición, abril 2017.
- Fernando Borrás Amblar y José Vicente Navarro Alcázar: "Impuesto sobre Sociedades (2). Regímenes especiales. Comentarios y casos prácticos". Edit. Centro de Estudios Financieros, 6ª edición, junio 2016.
- José Vicente Navarro Alcázar y Fernando Borrás Amblar: "Impuesto sobre Sociedades. Casos Prácticos 2012", Edit. Centro de Estudios Financieros, 12ª edición, 2012

La bibliografía expuesta esta actualizada en el momento de la realización de esta guía. La aparición de nuevas ediciones se les comunicará a los alumnos en las clases presenciales.

Enlaces web

- Agencia Tributaria [www.aeat.es]
- Instituto de Estudios Fiscales [www.ief.es]
- Ministerio de Economía y Hacienda [www.meh.es] [Dirección General de Tributos]
- Asociación de Inspectores de Hacienda [www.inspectoresdehacienda.org]

- Asociación de Subinspectores de Hacienda [www.subinspectores.org]
- Asociación de Asesores Fiscales de España [www.aedaf.es]
- Registro de Economistas Asesores Fiscales de España [www.reaf.es]



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Econometría		CÓDIGO	GADEMP01-3-003
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Díaz Fernandez Maria Montserrat		mdiaz@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
Castellanos Val Luis Fernando		luiscastellanos@uniovi.es		
Llorente Marron Maria Del Mar		mmarron@uniovi.es		
MENDEZ RODRIGUEZ MARIA DE LA PAZ		mpmendez@uniovi.es		
Díaz Fernandez Maria Montserrat		mdiaz@uniovi.es		

2. Contextualización

El estudio de la adopción de decisiones por parte de los agentes económicos, y análisis de sus consecuencias constituye el objeto fundamental de la ciencia económica, en un sentido amplio. En dicho contexto la Econometría se ocupa de la medición y verificación empírica de las relaciones económicas, esto es, del estudio de estructuras que permitan analizar características o propiedades de una variable económica, utilizando como causas explicativas otras variables económicas.

Literalmente el término *Econometría* significa *medición económica*. Sin embargo, si bien es cierto que la medición constituye una parte importante, el campo de acción de esta disciplina es mucho más amplio dado que "... consiste en la aplicación de la Estadística Matemática a los datos económicos con el objeto de proporcionar no sólo un apoyo empírico a los modelos construidos por la Economía Matemática, sino una forma de obtener resultados numéricos".

Considerando como instrumento básico de trabajo el *modelo econométrico*, construcción teórica que de forma simplificada representa fehacientemente una realidad e incluye las especificaciones necesarias para su aplicación empírica, la Econometría constituye una disciplina que permitirá al alumno adquirir los conocimientos y prácticas necesarias para satisfacer la afirmación de Schumpeter^[1]: *"Todo economista es un economista le agrada o no le agrada, porque mientras no seamos capaces de explicar nuestros argumentos en cifras, la voz de nuestra ciencia, aunque ocasionalmente pueda ayudar a dispersar errores groseros, nunca será oída por los hombres prácticos. Son por instinto, economistas todos, en su desconfianza de las cosas no sujetas a una prueba exacta"*.

La disciplina se incluye en el módulo Métodos Cuantitativos para la Economía (MCE), materia ECONOMETRÍA, asignatura ECONOMETRÍA, carácter OBLIGATORIO y se imparte durante el segundo cuatrimestre del tercer curso con un total de 6 créditos.

NOMBRE	Econometría		CÓDIGO	GADEMP01-3-003
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	

	por la Universidad de Oviedo		
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CRÉDITOS	6.0
PERIODO	Semestral	IDIOMA	Español
COORDINADOR		EMAIL	UBICACIÓN
Diaz Fernandez Maria Montserrat		mdiaz@uniovi.es	Planta 3 Ala 8
PROFESORADO		EMAIL	UBICACIÓN
Llorente Marrón, Maria del Mar		mmarron@uniovi.es	Planta 3 Ala 8
Méndez Rodríguez, Paz		mpmandez@uniovi.es	
Castellanos Val, Luis		luiscastellanos@uniovi.es	

[1]SCHUMPETER (1933):"The common sense in Econometrics". Econometrica, Vol 1

3. Requisitos

4. Competencias y resultados de aprendizaje

1. Competencias genéricas o transversales

- Capacidad para la resolución de problemas.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
- Capacidad de tomar decisiones.
- Fomentar el aprendizaje autónomo y la adaptación a nuevas situaciones.
- Despertar en el alumno la inquietud por la eficiencia y el rigor.
- Capacidad de modelización ante las situaciones reales.
- Capacidad crítica
- Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica

2. Competencias específicas de la materia

- Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica.
- Plantear, analizar y resolver modelos matemáticos en el ámbito económico-empresarial.
- Manejar e interpretar software específico para el tratamiento de datos.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

3. Resultados del aprendizaje

- Especificar un modelo econométrico.

- Interpretar cada uno de los elementos que componen un modelo econométrico.
- Evaluación económica, estadística y econométrica de los resultados obtenidos.
- Diagnóstico y tratamiento de problemas específicos de naturaleza econométrica.
- Resolución informática de supuestos reales.

5. Contenidos

(I) EI MODELO DE REGRESIÓN

Después de introducir, en el primer tema, los aspectos metodológicos a tener en cuenta en la construcción de un modelo econométrico, se analizará la especificación más sencilla, el modelo de regresión lineal simple y posteriormente el múltiple. El contenido del programa se centra fundamentalmente en los modelos uniecuacionales. Se abordarán aspectos relativos a la estimación del modelo, evaluación de resultados bajo la adopción de criterios estadísticos y econométricos. Dichas cuestiones se desarrollarán ampliamente entre los temas 2 y 4. La consideración de factores cualitativos en la especificación del modelo se abordará en el tema 5. En el contexto social en el que desarrollamos nuestra actividad, la consideración de factores de carácter tanto cuantitativo como cualitativo se hacen imprescindibles de la cara a obtener una especificación correcta del modelo econométrico. En el tema 6 se introducirán contenidos en relación un aspecto esencial en el ámbito económico como es el tema de la predicción. La adopción de cualquier medida de Política Económica se apoya precisamente en esta cuestión.

Tema 1.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN ECONOMÉTRICA

Tema 2.- EL MODELO DE REGRESIÓN LINEAL SIMPLE

Tema 3.- INFERENCIA ESTADÍSTICA EN EL MODELO DE REGRESIÓN LINEAL SIMPLE

Tema 4.- EL MODELO LINEAL GENERAL

Tema 5.- VARIABLES FICTICIAS

Tema 6.- PREDICCIÓN

(II) RELAJACIÓN DE HIPÓTESIS BÁSICAS

En la segunda parte del programa, temas 7-10, se analizarán pormenorizadamente las hipótesis básicas establecidas en el modelo de regresión, bajo distintos aspectos. Se cuestionará su plausibilidad teórica y analizarán las consecuencias derivadas de su vulneración. El establecimiento de criterios que permitan diagnosticar satisfactoriamente el problema, así como la adopción de medidas que permitan recuperar la salud del modelo, en el sentido de poder obtener resultados óptimos, se abordará seguidamente. De forma individual se profundizará en el estudio de los problemas más habituales dentro del campo de la Econometría Aplicada, esto es, autocorrelación, tema 8, multicolinealidad, tema 9 y heteroscedasticidad, tema 10, respectivamente

Tema 7.- RELAJACIÓN DE LAS HIPÓTESIS BÁSICAS

Tema 8.- AUTOCORRELACIÓN

Tema 9.- MULTICOLINEALIDAD

Tema 10.- HETEROSCEDASTICIDAD

(III) OTRAS CUESTIONES DE ECONOMETRÍA

Por último, en el tercer bloque, temas 11-13, haremos una breve introducción a cuestiones relacionadas con las variables retardadas, los errores de especificación y el análisis de los modelos de ecuaciones simultáneas. El establecimiento de los conceptos fundamentales, condiciones de identificabilidad del

modelo así como alguna de las técnicas más habitual para su estimación completará este breve análisis.

Tema 11.- MODELOS CON RETARDOS DISTRIBUIDOS

Tema 12.- ERRORES EN LAS VARIABLES

Tema 13.- INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS DE ECUACIONES SIMULTÁNEAS

6. Metodología y plan de trabajo

Actividades presenciales

- **Clases expositivas.** Exposición organizada por el profesor de los contenidos de la materia subrayando los aspectos más relevantes. En la clase se utilizará la pizarra y otras tecnologías informáticas y de comunicación. Se fomentará el debate y participación de los alumnos en cuestiones relacionadas con la materia impartida. Los alumnos dispondrán en el campus virtual (web de la asignatura) con antelación al desarrollo de la clase de la presentación en soporte digital. En la biblioteca de Ciencias Jurídico-Sociales de la Universidad de Oviedo los alumnos dispondrán también de los manuales referenciados como bibliografía básica y complementaria para su uso y consulta.
- **Prácticas de aula y de laboratorio.** Clases de resolución de supuestos prácticos, con el objetivo de aplicar los conceptos y herramientas introducidos en las clases teóricas a la resolución de problemas y consolidar, por parte del estudiante la adquisición de conocimientos y destrezas. El desarrollo de estas clases se realizará en pizarra y aula de informática.

Actividades no presenciales

- **Trabajo autónomo del estudiante.** El estudiante dispondrá de materiales en la web de la asignatura con objeto de orientar y facilitar el estudio de los contenidos del temario.
- **Trabajo en equipo.** Realización de trabajos aplicados.
- **Tutorías on line.** Sin duda resulta fundamental el fomento de esta vía de comunicación, no sólo por su flexibilidad temporal sino también porque puede contribuir a desarrollar la capacidad de comunicación escrita en el estudiante.
- **Actividades en el aula virtual.** En la web de la asignatura en el Campus Virtual se pueden desarrollar diversos tipos de actividad que fomentan la participación activa del estudiante en el proceso de aprendizaje (tareas, consulta de materiales en internet, etc.) así como la valoración autónoma del nivel de conocimientos adquiridos a través de distintos tipos de pruebas de corrección automática (test de autoevaluación, ejercicios prácticos, etc.).

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de los resultados derivados del aprendizaje y conocimiento de la disciplina integrará simultáneamente criterios de evaluación continua y de carácter tradicional, examen final.

1. **Evaluación continua.**- Esta modalidad constituye un proceso acumulativo que permite demostrar a lo largo del semestre la consecución de los objetivos planteados de aprendizaje. Permite el seguimiento del aprendizaje del alumno mediante la participación activa en actividades presenciales, resolución de supuestos prácticos, realización de trabajos individuales o en equipo, realización de pruebas escritas (cuestiones teóricas y/o ejercicios prácticos) y participación en actividades no presenciales propuestas en el Campus Virtual. El sentido de las pruebas planteadas bajo esta modalidad únicamente se vincula a la coordinada temporal (cronograma) en la que se realiza, no siendo, por tanto, repetibles. Las pruebas podrán constar, con distinta ponderación, de cuestiones teóricas donde se relacionarán conceptos, ejercicios prácticos, cuestiones tipo test, etc. En todas las pruebas escritas se exigirá rigor y precisión en el lenguaje, claridad y orden en la redacción sin fallos ortográficos ni gramaticales. Si la prueba es tipo test, podrán penalizarse las respuestas incorrectas. **La evaluación continua no es recuperable.**

2. **Examen final.**- Consistirá en una prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. La prueba podrá constar, con distinta ponderación, de cuestiones teóricas donde se relacionarán conceptos, ejercicios prácticos, cuestiones tipo test, etc.

SISTEMA DE CALIFICACION

La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua (40%) y el examen final (60%). Será necesario para superar la asignatura obtener un mínimo de 2 puntos sobre el total del examen final (6 puntos).

- **Evaluación extraordinaria.**- Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.
- **Evaluación diferenciada.**- El Sistema de evaluación aplicable a los regímenes de dedicación parcial, semipresencial y no presencial se realizará mediante un **EXAMEN FINAL** que constará de una **prueba general** (prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos) y de soporte informático (prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos del soporte informático utilizado). La nota final (hasta 10 diez puntos) se obtiene como suma de la calificación obtenida en la PRUEBA GENERAL (hasta 8 puntos) con un mínimo de 3,5 puntos más la correspondiente a la PRUEBA INFORMÁTICA (hasta 2 puntos).

Tabla resumen 1

Convocatoria		Sistema de evaluación			Peso en la calificación final (%)
Ordinaria		Evaluación continua + Examen final			100%
Extraordinaria		Evaluación continua + Examen final			100%
Diferenciada	Ordinaria	Examen final	Prueba general	80%	100%
	Extraordinaria		Prueba informática	20%	

Tabla resumen 2

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
Evaluación Continua	ACTIVIDAD 1.- Participación activa en actividades presenciales y realización de supuestos prácticos (10%).	40%
	ACTIVIDAD 2.- Realización de pruebas escritas con cuestiones teóricas, ejercicios	

	prácticos, y/o soporte informático (30%).	
Examen final	Prueba escrita con cuestiones teóricas, test y ejercicios prácticos. Se requiere una puntuación mínima de 2 puntos sobre el total de 6 puntos.	60%

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica:

Díaz, M.; LLORENTE, M. (2013): *Econometría*. Ed. Pirámide. Madrid, 4ª edición.

GUJARATI, D. (2006): *Principios de Econometría*. Ed. McGraw Hill. Madrid

Bibliografía complementaria:

GREENE, W. (1999): *Análisis Económico*. Ed. Prentice Hall. Madrid, 3ª edición.

GUJARATI, D. (2003): *Econometría*. Ed. McGraw Hill. México, 4ª edición.

WOOLDRIDGE, J. (2005): *Introducción a la Econometría. Un enfoque moderno*. Ed. Thomson. Madrid, 2ª edición.

Enlaces Web

Web de la asignatura: <http://www.uniovi.es/ecocuan/Asignaturas/econo.htm>

Web del departamento: <http://www.uniovi.es/ecocuan>

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Investigación de Mercados	CÓDIGO	GADEMP01-3-004
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Trespalacios Gutiérrez Juan Antonio	jtrespa@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Suárez Vázquez Ana	anasv@uniovi.es	(English Group)	
ALVAREZ GONZALEZ LUIS IGNACIO	alvarezg@uniovi.es		
Iglesias Argüelles Víctor	viglesia@uniovi.es		
Trespalacios Gutiérrez Juan Antonio	jtrespa@uniovi.es		

2. Contextualización

Investigación de Mercados se imparte en el 2º semestre del 3º curso del Grado de Administración y Dirección de Empresas (ADE) de la Universidad de Oviedo. La asignatura, de carácter obligatorio, forma parte del Módulo 4, *Marketing*, vinculado a la Materia 1: *Aspectos Fundamentales de Marketing*.

Esta asignatura afronta el papel de la información y el conocimiento en la toma de decisiones comerciales. Se trata de una cuestión de gran trascendencia en la formación de todo graduado en Administración y Dirección de Empresas. La globalización de los mercados, el incremento de la competencia y los continuos avances tecnológicos hacen que la capacidad para dirigir el futuro de una empresa exija saber gestionar la información. Esta asignatura permite comprender la utilidad de la información en un entorno caracterizado por niveles crecientes de cambio e incertidumbre. Muestra además cómo obtener y analizar información a través de procedimientos científicos que aumentan la garantía de éxito en la toma de decisiones.

A lo largo del programa de la asignatura se insiste en el valor de la información y se enseña cómo diseñar procesos de investigación de mercados de acuerdo con las necesidades derivadas de la estrategia comercial. Se explica además la aplicación de métodos cualitativos y cuantitativos en la recogida de información y los análisis estadísticos adecuados para solucionar problemas comerciales. La asignatura finaliza exponiendo la manera más apropiada de comunicar oralmente y por escrito los hallazgos de una investigación de mercados.

Esta asignatura está estrechamente relacionada con las restantes materias impartidas por el Área de Comercialización e Investigación de Mercados (Módulo 4: *Marketing*). Es una continuación lógica de las asignaturas *Fundamentos de Marketing* y *Dirección Comercial*. Adicionalmente, aquellos alumnos que deseen fortalecer su formación en la materia de las *Políticas de Marketing*, tendrán la posibilidad de elegir como optativas en 4º curso las asignaturas de *Distribución Comercial* y *Comercio Electrónico* (1er semestre) y *Comunicación Comercial* (2º semestre). Así mismo, el aprovechamiento del curso se ve

favorecido por la familiaridad del alumno con la búsqueda de información a través de internet y con el manejo de herramientas informáticas como el software SPSS. No obstante, la ausencia de estos conocimientos no impide un seguimiento normal de la materia.

3. Requisitos

No se establece al estudiante ningún requisito previo obligatorio para cursar esta asignatura. El aprovechamiento del curso se ve favorecido por la familiaridad del alumno con la búsqueda de información a través de internet y con el manejo de herramientas informáticas como las hojas de cálculo y los procesadores de texto. No obstante, la ausencia de estos conocimientos no impide un seguimiento normal de la materia. Por lo que se refiere a su relación con las restantes asignaturas del plan de estudios, es conveniente, aunque no imprescindible, disponer de conocimientos previos sobre *Economía de la Empresa, Fundamentos de Marketing, Dirección Comercial y Estadística*.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo central de la asignatura *Investigación de Mercados* es lograr que el estudiante tenga capacidad y habilidades para comprender las necesidades de conocimiento de la empresa en el ámbito comercial, búsqueda de fuentes de información, manejo de las técnicas de investigación de mercados y de las técnicas de análisis para el procesamiento de la información y elaborar un informe final de resultados. De modo específico, este objetivo central se concreta en:

- a. Conocer el papel de la información y el conocimiento en el marketing en la empresa y en sus relaciones con el entorno.
- b. Conocer los métodos y técnicas de búsqueda de información e investigación de mercados en todas sus etapas hasta la elaboración del informe final.

A continuación, en función de los objetivos establecidos, se delimitan las competencias genéricas y específicas a trabajar en la asignatura, así como el resultado esperado del proceso de aprendizaje por parte del alumnado.

Las **Competencias Genéricas** que se trabajan en la asignatura *Investigación de Mercados* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis
- Habilidades básicas de manejo del ordenador
- Habilidades de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas)
- Capacidad para el trabajo en equipo
- Capacidad para trabajar con expertos en otras áreas
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- Habilidades de investigación
- Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
- Diseño y gestión de proyectos
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia
- Capacidad crítica y autocrítica
- Iniciativa y espíritu emprendedor
- Capacidad de organizar y planificar
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones
- Contar con valores y comportamientos éticos
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo
- Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo

Por su parte, las **Competencias Específicas** que son objeto de la asignatura son los siguientes:

- Búsqueda y manejo de bases de datos procedentes de fuentes de información externas
- Conocer los componentes de un sistema de información de marketing
- Diseñar proyectos de investigación de mercados
- Aplicar métodos cualitativos de obtención de información
- Aplicar métodos cuantitativos de obtención de información
- Solucionar problemas comerciales mediante técnicas de análisis de datos
- Elaborar informes de investigación de mercados
- Presentar de manera oral los resultados de una investigación de mercados

Finalmente, respecto al **Resultado del Aprendizaje** cabe decir que al finalizar la asignatura el estudiante deberá ser capaz de:

- Comprender el papel del conocimiento e información en las decisiones de marketing
- Elaborar proyectos de investigación de mercados
- Desarrollar estudios de mercados en todas sus fases. Recogida de información, análisis de resultados, elaboración del informe final

5. Contenidos

Programa sintético y bibliografía básica

Parte I. El conocimiento y la información en la toma de decisiones en marketing

Tema 1.- La información en las decisiones de marketing. La inteligencia de marketing

Tema 2.- Investigación de mercados. Fundamentos y metodología

Parte II. Métodos de investigación de mercados

Tema 3.- Diseño de investigación exploratoria. La Investigación cualitativa

Tema 4.- Diseño de investigación descriptiva y causal. La encuesta y la experimentación

Parte III. Métodos de análisis de la información. Informes de investigación de mercados

Tema 5.- Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones

Tema 6.- Diseño y presentación de informes de investigación

Programa analítico y objetivo de aprendizaje

Tema 1.- La información en las decisiones de marketing. La inteligencia de marketing

- 1.1 El marketing en la sociedad del conocimiento. Valor de la información
- 1.2 Sistema de información de marketing
- 1.3 La inteligencia de marketing. Fuentes de datos internas y externas
- 1.4 Los paneles de información como fuentes de información

Objetivos generales del tema:

Se comenta, en primer lugar, el valor de la información como un activo intangible capaz de proporcionar ventajas competitivas a las empresas. Se insiste en el hecho de que en la sociedad del conocimiento, caracterizada por continuas innovaciones científicas y tecnológicas, los decisores de marketing precisan información exacta y oportuna. Se introduce la necesidad de disponer de un sistema de información de marketing. Un aspecto novedoso es la denominada inteligencia de marketing que se aborda aludiendo a las fuentes de datos internas y externas como forma de acceder a la información con grandes posibilidades derivadas de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. En el último apartado se explica el concepto de panel de información con una exposición de los paneles más relevantes disponibles en el mercado.

Dificultades para el alumno: la gran mayoría de los alumnos han cursado la asignatura Fundamentos de Marketing en la que se introduce el concepto y finalidad de la búsqueda de información para la toma de decisiones, junto con el contenido del sistema de información de marketing. Pese a ello, en este primer tema el alumno puede encontrar dificultades a la hora de entender la riqueza de fuentes de información que puede utilizar una empresa junto con el manejo y acceso a las bases de datos.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Datos/información/conocimiento
 - Sistema de información de marketing
 - La inteligencia de marketing. Fuentes de datos internas y externas
 - Panel de información
2. Proponer fuentes de información útiles para llevar a cabo estudios de mercado específicos
3. Búsqueda de fuentes de información disponibles y análisis de su contenido

Material de consulta:

Trespalacios Gutiérrez, J. A.; Vázquez Casielles, R.; Ballina Ballina, J. y Suárez Vázquez, A. (2016): Investigación de Mercados. El valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulos 1 y 2.

Vázquez Casielles, Trespalacios Gutiérrez, Rodríguez-del Bosque y otros (2005), capítulo 6, pp. 201-228.

Tema 2.- Investigación de mercados. Fundamentos y metodología

- | |
|---|
| <p>2.1. Utilidad de la investigación de mercados</p> <p>2.2. Clasificación de las técnicas de investigación de mercados</p> <p>2.3. Metodología para desarrollar una investigación de mercados</p> <p>2.4. Diseño de un proyecto de investigación de mercados</p> |
|---|

Objetivos generales del tema:

En este segundo tema se expone el contenido y utilidad de la investigación de mercados cuando las necesidades de información del directivo de marketing no están satisfechas por otros medios de información interna y de inteligencia. Se clasifican las diversas técnicas de información de mercados atendiendo a su finalidad y otros aspectos. Se desarrolla la metodología que estructura la investigación de mercados en una serie de fases que parten de la existencia de un problema de decisión y culminan con la presentación de los resultados del estudio. Por último, se explica con ejemplos prácticos cómo elaborar un proyecto de investigación de mercados, que contemple los distintos apartados, desde las necesidades de información hasta la elaboración del presupuesto.

Dificultades para el alumno: el alumno debe comprender la importancia de aplicar la metodología correcta cuando se decide llevar a cabo una investigación de mercados. Es importante que aprenda a justificar cada decisión tomada al respecto. De manera especial, fijar con detalle los objetivos de investigación y elegir los métodos idóneos para alcanzarlos. La elaboración de un proyecto de investigación requiere expresamente diseñar un plan que recoja las distintas actividades y traducirlo en un presupuesto de investigación. Si bien desde un punto de vista teórico no cabe esperar que asimilar los conceptos tratados en este tema presente grandes dificultades, el alumno tropieza con más obstáculos cuando trata de aplicar estos métodos a la solución de problemas concretos. La elección entre las diferentes metodologías alternativas y las decisiones que comprende su puesta en práctica exigen al alumno un esfuerzo para combinar sus conocimientos teóricos con grandes dosis de creatividad y planificación.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Contenido de una investigación de mercados
 - Distinguir entre investigación exploratoria, descriptiva y causal
 - Conocer las distintas fases del método de investigación de mercados
 - Cómo se elabora un proyecto de investigación de mercados
2. Comparar la efectividad de distintas técnicas de investigación de mercados para solucionar

problemas concretos

3. Diseñar proyectos de investigación de mercados

Material de consulta:

Trespalacios Gutiérrez, J. A.; Vázquez Casielles, R.; Ballina Ballina, J. y Suárez Vázquez, A. (2016): Investigación de Mercados. El valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulo 3

Tema 3.- Diseño de investigación exploratoria. La Investigación cualitativa

- 3.1. Técnicas cualitativas en la investigación de mercados. Clasificación
- 3.2. Clasificación de las técnicas de investigación cualitativa
- 3.3. Técnicas cualitativas directas e indirectas
- 3.4. Nuevos métodos de investigación cualitativa

Objetivos generales del tema:

Se comentan las características distintivas de las técnicas cualitativas de investigación de mercados. Se explican sus aplicaciones comerciales en investigaciones de naturaleza exploratoria, explicativa, creativa o de evaluación. Se detallan los tipos de técnicas más frecuentemente utilizadas dentro de la categoría de los métodos cualitativos. Estos tipos se dividen en función de su carácter de aplicación individual o en grupo y si se trata de técnicas directas o indirectas. Se comenta la utilidad de cada una de estas técnicas y el proceso mediante el que se llevan a cabo. Por último, se presentan nuevos métodos y tendencias en la investigación cualitativa.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Técnicas cualitativas directas e indirectas
 - Dinámica de grupo
 - Entrevista personal en profundidad
 - Técnicas proyectivas
 - Otras técnicas individuales y grupales
2. Comparar la efectividad de distintas técnicas cualitativas para solucionar problemas concretos
3. Diseñar planes de investigación basados en el uso de técnicas cualitativas
4. Extraer conclusiones de utilidad para la toma de decisiones a partir de los resultados de estudios cualitativos

Material de consulta:

Trespalacios Gutiérrez, J. A.; Vázquez Casielles, R.; Ballina Ballina, J. y Suárez Vázquez, A. (2016): Investigación de Mercados. El valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulo 4.

Tema 4.- Diseño de investigación descriptiva y causal. La encuesta y la experimentación

4.1. Investigación de mercados mediante encuestas

4.2. Tipos de encuestas

4.3. El cuestionario. Procedimiento de muestreo

4.4. La experimentación comercial

Objetivos generales del tema:

Se exponen las principales diferencias entre métodos cualitativos y cuantitativos insistiendo en la complementariedad de ambos enfoques de investigación. Gran parte del tema se destina a explicar el instrumento más frecuente en la investigación cuantitativa, la encuesta. Se presenta el proceso necesario para llevar a cabo una investigación mediante encuestas detallando las decisiones más relevantes que comprende cada una de las fases de ese proceso. Se presta en especial atención al diseño del cuestionario especificando los tipos de preguntas y formatos de respuestas de mayor utilidad en la investigación comercial. Por último se expone la experimentación comercial como una técnica de investigación de gran utilidad y múltiples aplicaciones.

Dificultades para el alumno: la principal dificultad estriba en diseñar propuestas de investigación mediante encuesta y mediante experimentación que permitan solucionar problemas comerciales alcanzando el equilibrio entre el coste y el valor de la información obtenida.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Métodos cuantitativos de investigación
 - Plan de muestreo y tamaño muestral
 - Procedimientos de muestreo probabilísticos/no probabilísticos
 - Cuestionario
 - Edición y codificación de cuestionarios
 - Escalas de medida de actitudes
 - La experimentación comercial. Tipos de experimentos

2. Calcular el tamaño de muestra en función del error muestral dado

3. Distinguir los distintos métodos de muestreo disponibles
4. Diseñar cuestionarios que permitan alcanzar determinados objetivos comerciales
5. Conocer los distintos tipos de diseños experimentales y su aplicación práctica
6. Capacidad de diseñar un experimento para cada situación de necesidad de información

Material de consulta:

Trespalacios Gutiérrez, J. A.; Vázquez Casielles, R.; Ballina Ballina, J. y Suárez Vázquez, A. (2016): Investigación de Mercados. El valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulo 5.

Tema 5.- Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones

- 5.1. Diseño y gestión de bases de datos para el análisis
- 5.2. Análisis univariable y bivariado de la información
- 5.3. Análisis causal de la información
- 5.4. Métodos de análisis multivariable

Objetivos generales del tema:

En el desarrollo de una investigación de mercados de carácter cuantitativo la ha de ser analizada mediante las técnicas estadísticas apropiadas. Primero se exponen los pormenores del diseño y gestión de bases de datos. A continuación se profundiza en las técnicas de análisis univariable y bivariable con el objetivo de que el alumno pueda conocerlas en profundidad y sepa seleccionar la más adecuada a cada situación concreta. En particular se recogen las técnicas de análisis causal de especial utilidad en la experimentación comercial. Por último, se exponen el contenido y aplicación de técnicas de análisis multivariable.

Dificultades para el alumno: los alumnos han adquirido ya conocimientos estadísticos que les han familiarizado con las técnicas aquí presentadas. La aplicación de las mismas al ámbito de la investigación de mercados no debe resultarles en ese sentido dificultosa. Sin embargo, la elección de la técnica apropiada en virtud de la necesidad concreta de investigación no siempre resulta sencilla, ya que requiere un conocimiento sólido de las técnicas y una cierta experiencia práctica. Las clases prácticas de la asignatura resultarán de crucial importancia para una correcta comprensión de los contenidos del tema.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Análisis descriptivo / análisis inferencial
 - Variables métricas / no métricas

- Contraste de hipótesis. Hipótesis nula
- Nivel de confianza y nivel de significación

2. Capacidad para seleccionar la técnica apropiada en función de las necesidades de la investigación y los tipos de variables a utilizar.

3. Aplicar las técnicas e interpretar los resultados adecuadamente, sabiendo cuándo debe ser rechazada la hipótesis nula y lo que ello significa.

Material de consulta:

Trespalacios Gutiérrez, J. A.; Vázquez Casielles, R.; Ballina Ballina, J. y Suárez Vázquez, A. (2016): Investigación de Mercados. El valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulo 6.

Tema 6.- Diseño y presentación de informes de investigación

- 6.1. Diseño del informe de investigación de mercados
- 6.2. Tipos de informes de investigación
- 6.3. Estructura del informe de investigación escrito
- 6.4. Presentación oral del informe de investigación de mercados

Objetivos generales del tema:

La investigación de mercados en el ámbito empresarial persigue obtener y analizar información que pueda ser útil para la toma de decisiones. Es conveniente que el alumno no sólo sepa diseñar y desarrollar apropiadamente una investigación de mercados, sino que sea también capaz de transmitir conclusiones veraces y útiles para la toma de decisiones en el mundo empresarial. El objetivo es aportar al alumno los conocimientos necesarios para la elaboración y presentación del informe de investigación.

Dificultades para el alumno: se trata de un tema que no presenta mayores dificultades para el alumno ya que en él no se utilizan conceptos novedosos o complicados ni requiere grandes conocimientos previos. Las habilidades en cuanto a comunicación serán potenciadas mediante la experiencia práctica.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Informe de investigación
 - Informe técnico/divulgativo
2. Ser capaz de estructurar adecuadamente un informe de investigación

3. Diseñar cuadros, gráficas y contenidos que faciliten la comprensión de los resultados
4. Saber identificar y destacar las conclusiones más relevantes de una investigación de mercados tanto en el informe escrito como en la presentación oral del mismo

Material de consulta:

Trespalacios Gutiérrez, J. A.; Vázquez Casielles, R. y Bello Acebrón, L. (2005), capítulo 10, pp. 319-343.

6. Metodología y plan de trabajo

Metodología docente

La metodología docente que se sigue en el desarrollo de la asignatura *Investigación de Mercados* combina actividades formativas de carácter presencial y no presencial.

1. Actividades formativas de carácter presencial

a) Clases expositivas. Exposición del contenido y conceptos clave correspondientes a cada uno de los temas de la asignatura. Para ello se utilizan las tecnologías de la información y comunicación de cara a facilitar la difusión y comprensión de los aspectos teóricos y prácticos.

b) Prácticas de aula. Presentación y comentario oral por parte del alumno de casos prácticos sobre los contenidos desarrollados en las clases expositivas y supuestos vinculados con la gestión de la información comercial e investigación de mercados. El profesor plantea previamente el caso práctico a preparar para cada sesión, especificando preguntas o temas de discusión; el alumno debe presentarlo utilizando soporte informático. El profesor estimula la participación del alumnado, así como su capacidad de crítica y autocrítica.

c) Prácticas de laboratorio. En el aula de informática se utilizan bases de datos y un programa informático de estadística. El alumno adquiere los conocimientos suficientes para el acceso a las bases de datos más importantes relacionadas con el marketing; preparar en soporte informático la plantilla para recoger los datos extraídos de una encuesta; llevar a cabo los análisis estadísticos para conseguir los resultados de información de una investigación de mercados y, al final, preparar el correspondiente informe. En el aula el alumno realiza ejercicios propuestos por el profesor utilizando el programa estadístico.

d) Trabajos de investigación. Reuniones con los estudiantes en las sesiones de prácticas de aula establecidas a fin de tutorizar y apoyar la realización de un trabajo sobre el diseño y elaboración de una investigación de mercados. En las correspondientes sesiones de prácticas de aula los grupos de estudiantes deberán presentar de modo oral y con soporte informático la evolución del trabajo a fin de favorecer su correcto desarrollo. El trabajo de investigación final se entregará por escrito

2. Actividades formativas de carácter no presencial

a) Trabajo autónomo. Trabajo del estudiante dedicado a la resolución de los casos prácticos para su presentación oral en las prácticas de aula, al aprendizaje del manejo de las bases de datos y programa estadístico en el aula de informática y, por último, a la preparación de los contenidos del examen final de la asignatura.

b) Trabajo de investigación. Desarrollo de un trabajo de investigación en grupo vinculado a la realización de una investigación de mercados en sus distintas fases desde la elección del tema, diseño de la investigación, recogida y análisis de la información y preparación del informe final.

Plan de trabajo

1. Cronograma

SEMANA	ACTIVIDADES PRESENCIALES	ACTIVIDADES PRESENCIALES	NC
	Presentación de la asignatura Clase expositiva. Tema 1 (I)	Trabajo autónomo Tema 1 Trabajo en grupo	
	Clase expositiva. Tema 2 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 1 y 2	Trabajo autónomo Tema 2 Trabajo en grupo	
	Clase expositiva. Tema 3 (I) Práctica de laboratorio. Bases de datos. Introducción al programa estadístico	Trabajo autónomo Tema 3 Trabajo en grupo	
	Clase expositiva. Tema 3 (y II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 2 y 3	Trabajo autónomo Tema 3 Trabajo en grupo	
	Clase expositiva. Tema 4 (I) Práctica de laboratorio. Bases de datos. Introducción al programa estadístico	Trabajo autónomo Tema 4 Trabajo en grupo	
	Clase expositiva. Tema 4 (II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 4 Trabajo en grupo	
	Clase expositiva. Tema 4 (III) Práctica de laboratorio. Elaboración de la plantilla de una encuesta	Trabajo autónomo Tema 4 Trabajo en grupo	
	Clase expositiva. Tema 4 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 4	Trabajo autónomo Tema 4 Trabajo en grupo	
	Clase expositiva. Tema 5 (II) Práctica de laboratorio. Técnicas de análisis univariable	Trabajo autónomo Tema 5 Trabajo en grupo	
0	Clase expositiva. Tema 5 (III) Práctica de aula. Casos prácticos Temas 4 y 5	Trabajo autónomo Tema 5 Trabajo en grupo	
1	Clase expositiva. Tema 5 (IV) Práctica de laboratorio. Análisis bivariable y causal	Trabajo autónomo Tema 5 Trabajo en grupo	

12	Clase expositiva. Tema 5 (V) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 5	Trabajo autónomo Tema 5 Trabajo en grupo
13	Clase expositiva. Tema 5 (y VI) Práctica de laboratorio. Análisis multivariable	Trabajo autónomo Tema 5 Trabajo en grupo
14	Clase expositiva. Tema 6 Presentación oral de los trabajos de grupo	Trabajo autónomo Tema 6 Trabajo en grupo
15	Examen final	

2. Distribución de las modalidades de actividad por temas: número de horas

Temas	Horas totales	TRABAJO PRESENCIAL			Total	TRABAJO NO PRESENCIAL
		<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>	<i>Prácticas de laboratorio</i>		<i>Trabajo autónomo (casos prácticos y trabajo investigación)</i>
Tema 1	14	2	2		4	10
Tema 2	15	2	2	1	5	10
Tema 3	30	4	3	3	10	20
Tema 4	36	8	3	5	16	20
Tema 5	39	10	4	5	19	20
Tema 6	12	2			2	10
Examen	4				4	
Total	150	28	14	14	60	90

3. Distribución de las modalidades de actividad por número (%) de horas

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7	60 (40%)
	Práctica de aula	14	9,3	
	Práctica de laboratorio	14	9,3	
	Examen	4	2,7	
No presencial	Trabajo autónomo	90	26,7	90 (60%)
	Trabajo de investigación			
Total		150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evolución de la asignatura se realiza a través de los siguientes métodos.

1. Evaluación continua. **La puntuación máxima asignada es de 4 puntos** (el 40% del total de la nota final). Se llevará a cabo a partir de los siguientes criterios:

1.1 Resolución, entrega y presentación oral de forma individual de casos prácticos sobre supuestos vinculados con la gestión de la información comercial e investigación de mercados. La exposición de estos casos tendrá lugar de modo presencial en las prácticas de aula asignadas durante el periodo lectivo de la asignatura. **La puntuación máxima asignada es de 1 punto** (el 10% del total de la nota final).

1.2 Resolución de ejercicios propuestos por el profesor en el aula de informática sobre el manejo de la información y del paquete estadístico, así como la realización de pruebas de conocimiento. **La puntuación máxima asignada es de 1 punto** (el 10% del total de la nota final).

1.3 Realización durante el periodo lectivo de la asignatura de un trabajo de investigación en grupo sobre el diseño de una investigación de mercados. El trabajo de investigación se articulará mediante el diseño de un plan de investigación de mercados, recogida de información, análisis de la misma y elaboración del informe final, que deberá ser entregado a la finalización del periodo lectivo. Los grupos deberán mostrar la evolución del trabajo en las clases prácticas de aula establecidas durante el periodo lectivo. Se tendrá en cuenta la participación de cada miembro del grupo. **La puntuación máxima asignada es de 2 puntos (el 20% del total de la nota final).**

2. Examen final. **La puntuación máxima asignada es de 6 puntos** (el 60% del total de la nota final). Consistirá en la respuesta a una serie de preguntas relacionadas con la materia expuesta en las clases expositivas y los ejercicios desarrollados en las prácticas de aula

Cuadro resumen

Pruebas de evaluación	Peso en la calificación final (puntos y %)
<p>Evaluación continua</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolución, entrega y presentación oral de forma individual de casos prácticos: 1 punto (el 10% del total) • Resolución y entrega de ejercicios realizados en las prácticas de laboratorio: 1 punto (el 10% del total) • Realización de un trabajo de investigación en grupo sobre un proyecto de investigación de mercados y su ejecución hasta la presentación del informe final: 2 puntos (el 20% del total) 	<p>4 puntos (el 40% del total)</p>
<p>Examen final</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prueba de preguntas a desarrollar 	<p>6 puntos (el 60% del total)</p>

Requisitos de evaluación:

1. Para aprobar la asignatura, el alumno deberá obtener una puntuación mínima de 2 puntos sobre 6 posibles en el examen final.
2. La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40 %, tal como se ha especificado. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

Sistema de evaluación de los estudiantes a tiempo parcial cuando tengan reconocida una evaluación diferenciada

La evaluación diferenciada de la asignatura *Investigación de Mercados* se realizará a través de los siguientes métodos: examen final y desarrollo de un proyecto de investigación de mercados tutelado por el profesor.

- El examen final consistirá en la misma prueba de evaluación final que se aplicará a los alumnos en régimen de dedicación a tiempo completo, de acuerdo con lo establecido en el punto 2 del apartado 7 de la Guía Docente. La puntuación máxima asignada al examen final es de 8 puntos (el 80% de la nota final), debiendo cumplirse los requisitos finales de evaluación establecidos en dicho apartado 7.

- Proyecto de investigación de mercados. Dentro del concepto de EVALUACIÓN CONTINUA, el alumno deberá realizar durante el periodo lectivo, y tras la aprobación del profesor responsable, un trabajo individual sobre el desarrollo de un proyecto de investigación de mercados: diseño, recogida de información, análisis y elaboración del informe final que habrá de presentar por escrito y defender oralmente en fecha acordada con el profesor (20 % de la nota final de la asignatura).

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

Los principales recursos didácticos de la asignatura (guía docente, programa, presentaciones del profesor, casos prácticos, bases de datos, documento para el diseño y ejecución de un proyecto de investigación de mercados, y otra documentación complementaria). Dichos recursos están disponibles en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo (www.campusvirtual.uniovi.es). Otro material para la preparación de la asignatura es el que se señala a continuación en forma de bibliografía básica y páginas web de referencia:

Manual de Referencia:

Trespalacios Gutiérrez, J. A.; Vázquez Casielles, R.; Ballina Ballina, J. y Suárez Vázquez, A. (2016): *Investigación de Mercados. El valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital*. Editorial Paraninfo, Madrid.

Otros Manuales:

- Burns, A.C. y Bush, R.F. (2014): *Marketing research* (7.a ed.). Pearson.
- Esteban, A y Molina, A. (2014): *Investigación de mercados*. Editorial ESIC.
- Grande, I. y Abascal, E. (2014): *Fundamentos y técnicas de investigación comercial* (12.a ed.). Ediciones ESIC.
- Hair, J.F.; Anderson, R.; Tatham, R. y Black, W. (2012): *Análisis multivariable* (5.a ed.). Prentice Hall.
- Luque Martínez, T. (2012): *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados* (2.a ed.). Editorial Pirámide.
- Malhotra, N.K.; Birks, D. y Wills, P. (2012): *Marketing research. An applied approach* (4.a ed.). Pearson.
- Marqués, F. (2015): *Técnicas de investigación de mercados*. Editor: RC Libros.
- Mas Ruiz, F.J. (2012): *Temas de investigación comercial* (6.a ed.). Editorial Club Universitario.
- Merino Sanz, M.J. (coordinadora) (2015): *Introducción a la investigación de mercados* (2.a ed.). Editorial ESIC.
- Miquel, S.; Bigné, E.; Levy, J.P.; Cuenca, A.C. y Miquel, M.J. (1996): *Investigación de Mercados*. McGraw Hill.
- Santesmases Mestre, M. (2009): *DYANE versión 4. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercado*. Editorial Pirámide.
- Sarabia Sánchez, F.J. (2013): *Métodos de investigación social y de la empresa*. Editorial Pirámide.

Páginas web de referencia:

- AFAMRO (European Federation of Associations of Market Research Organisations): <http://www.efamro.com/>
- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación): www.aimc.es
- Asociación de Empresas de Estudios de Mercado y Opinión: www.aneimo.com

- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO):
 - www.aedemo.es
- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK): www.aemark.es
- ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research): <https://www.esomar.org>
- Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Ipsos, S.A: <http://www.ipsos.com>
- Kantar Media: <http://www.kantarmedia1.es>



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Mercados e Instituciones Financieras		CÓDIGO	GADEMP01-3-005
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
GOMEZ ANSON SILVIA		sgomez@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
GOMEZ ANSON SILVIA		sgomez@uniovi.es		(English Group)
Albuerne Gutierrez Manuel Agustin		albuerne@uniovi.es		(English Group)
ARRONDO GARCIA RUBEN		rarrondo@uniovi.es		
Fonseca Diaz Ana Rosa		arfon@uniovi.es		

2. Contextualización

NOMBRE	Mercados e Instituciones Financieras	CÓDIGO	GADEMP01-3-010		
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa		
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CRÉDITOS	6		
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Castellano		
COORDINADOR/ES		TELÉFONO/EMAIL			
Silvia Gómez Ansón		985102825/sgomez@uniovi.es			
PROFESORADO		TELÉFONO/EMAIL			
Rubén Arrondo García		985102822/rarrondo@uniovi.es			
Ana Rosa Fonseca Díaz		985103694/arfon@uniovi.es			
Agustín Albuerne Gutiérrez		985106209/albuerne@uniovi.es			

Contextualización

El objetivo de esta asignatura es el estudio del sistema financiero español en el ámbito del contexto europeo e internacional, capacitando al alumno para comprender el funcionamiento de las entidades

financieras y las operaciones que se realizan en los mercados financieros. Esto supone conocer detalladamente los tres elementos fundamentales que sustentan cualquier sistema financiero y que son: los mercados financieros, tanto monetarios como de capitales, los intermediarios financieros y los activos o títulos financieros, esto es, los instrumentos que permiten la más fácil y adecuada transmisión.

Se trata de una de las tres asignaturas obligatorias del Módulo de Finanzas. Ofertada en el tercer curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas, es la asignatura introductoria a la Materia Mercados Financieros, por lo que precede a las asignaturas *Inversiones Financieras* y *Gestión de Riesgos Financieros* impartidas respectivamente en el segundo semestre del tercer curso y en el primer semestre del cuarto curso.

Esta asignatura se coordina con el resto de asignaturas del módulo de Finanzas, existiendo múltiples interrelaciones entre ellas. Así, *Finanzas Empresariales* (asignatura obligatoria del segundo semestre del segundo curso) aporta al alumno las herramientas básicas para la toma de decisiones de inversión, financiación y reparto de dividendos en las empresas. La asignatura *Inversiones Financieras* (asignatura obligatoria del segundo semestre del tercer curso) analiza los diferentes métodos de valoración de títulos de renta variable, renta fija, y activos financieros derivados en el contexto de la gestión de carteras. Además, Mercados e Instituciones Financieras también se relaciona con las asignaturas optativas del módulo de Finanzas, en especial con la asignatura *Gestión de Riesgos Financieros*.

3. Requisitos

El estudiante precisará del conocimiento de los contenidos de la asignatura *Matemáticas* de primer curso (en especial, los conocimientos referidos al tercer Bloque: Matemáticas Financieras), así como de los contenidos de la asignatura de primer curso *Introducción a la Macroeconomía* (en especial, los referidos al Tema 4: Los Mercados Financieros). También serán útiles los conocimientos de las asignaturas de primer curso *Historia Económica Mundial* y *Economía Mundial*; así como los conocimientos adquiridos en la asignatura *Finanzas Empresariales* de segundo curso.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Los **Objetivos Específicos** de la asignatura Mercados e Instituciones Financieras se concretan en:

- Comprender qué es un sistema financiero, las funciones de un sistema financiero, la estructura de un sistema financiero y las partes que componen un sistema financiero.
- Estudiar el vocabulario característico de los mercados de deuda, de acciones y de derivados.
- Saber cuáles son los agentes e instituciones participantes en los mercados de deuda, acciones y derivados.
- Entender las características de los activos financieros de deuda y la operativa en los mercados de deuda, incluyendo deuda privada y pública.
- Conocer las características del mercado interbancario, y su importancia.
- Analizar las operaciones de titulización de activos, identificando los agentes que intervienen en la transacción, así como la función que desarrollan.
- Entender las características de los activos de renta variable y el funcionamiento del mercado de acciones.
- Comparar las características de los futuros y opciones, y entender el funcionamiento de los mercados de derivados.
- Estudiar el funcionamiento operativo de las instituciones bancarias, las operaciones que realizan así como su importancia a nivel nacional e internacional.
- Saber la regulación básica del sistema bancario (solvencia, protección de depósitos, FROB...).
- Entender las características y regulación de los fondos de inversión, sociedades de inversión y su importancia en España y comparativa internacional.
- Conocer las características e importancia de las compañías aseguradoras y de los fondos de pensiones.
- Aplicar la normativa MiFID para diseñar/asesorar al cliente, según su perfil de riesgo y situación financiera.
- Estudiar el papel que desarrollan los bancos de inversión, las empresas de servicios de inversión, los fondos y sociedades de capital riesgo
- Analizar el papel de las agencias de rating en la valoración del riesgo de crédito y sus

- implicaciones sobre los mercados financieros internacionales
- Identificar los factores críticos que desencadenan las crisis financieras y analizar su impacto sobre el conjunto de la economía.
 - Interpretar la información financiera en la prensa económica (noticias relevantes, información bursátil...)

Las **Competencias Genéricas** que el estudiante adquiere en la asignatura de Mercados e Instituciones Financieras son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.

Las **Competencias Específicas** que el estudiante adquiere en la asignatura Mercados e Instituciones Financieras son:

- Manejar e interpretar software específico para el tratamiento de datos.
- Diseñar estrategias de inversión y financiación en los mercados financieros.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

Resultados de aprendizaje. Al finalizar la asignatura el estudiante deberá ser capaz de:

- Entender el funcionamiento y las operaciones que se realizan en los mercados financieros.
- Buscar, analizar e interpretar la información de los mercados financieros.
- Identificar y comprender diferentes clases de riesgos financieros así como operaciones de cobertura.
- Conocer metodologías de valoración de activos financieros de renta fija y variable.
- Analizar y describir los procesos de formación del precio en los mercados financieros.

Esta asignatura, además de proporcionar una formación especializada en los aspectos relacionados con los Mercados y las Instituciones Financieras y servir de fundamento para la comprensión del resto de asignaturas de la materia de Mercados Financieros, busca la empleabilidad de los egresados en una vertiente profesional relacionada con los mercados financieros y con las instituciones financieras. El objetivo es que los graduados puedan llegar a sus puestos de trabajo con conocimientos que les permitan operar en los mercados financieros y gestionar y relacionarse con los activos y los mercados financieros.

5. Contenidos

Los contenidos de la asignatura se organizan en 8 temas agrupados en cuatro bloques temáticos. El primer bloque dedicado a la Introducción incluye un único tema sobre el sistema financiero; el segundo bloque incluye cuatro temas dedicados al análisis de los activos y los mercados financieros: mercados interbancarios y mercados de deuda privada (tema 2); mercados de deuda pública (tema 3), mercados de renta variable (tema 4) y mercados de derivados (tema 5). El tercer bloque incluye los temas en los que se analizan las instituciones financieras: las entidades de créditos (tema 6) y otras instituciones y agentes financieros (tema 7). El último bloque de la asignatura se dedica al estudio de las crisis financieras,

especialmente al análisis de la última crisis financiera (tema 8):

Bloque 1: Introducción

Tema 1: Panorámica del Sistema Financiero

Bloque 2: Mercados Financieros

Tema 2: Los mercados interbancarios y los mercados de deuda privada

Tema 3: Los mercados de deuda pública

Tema 4: Los mercados de renta variable

Tema 5: Los mercados de derivados

Bloque 3: Instituciones Financieras

Tema 6: Entidades de Crédito

Tema 7: Otros intermediarios y agentes financieros

Bloque 4: Crisis Financieras

Tema 8. Crisis financieras: causas y consecuencias

5.2.- Programa Detallado y Objetivos del Aprendizaje

TEMA 1: PANORÁMICA DEL SISTEMA FINANCIERO

- 1.1.- ¿Por qué estudiar los mercados financieros y las instituciones financieras?
- 1.2.- Definición y funciones del Sistema Financiero.
- 1.3.- Los activos financieros: definición, características y funciones.
- 1.4.- Los mercados financieros: funciones, características y clasificación.
- 1.5.- Funciones y clasificación de los intermediarios financieros: la financiación indirecta.
- 1.6.- La estructura del Sistema Financiero.

El objetivo de este primer tema es ofrecer una panorámica de toda la asignatura, introducir contenidos que son tratados en otras asignaturas de la materia de Mercados Financieros y analizar conceptos que permiten el desarrollo posterior de la asignatura. Se estudia la importancia de los mercados financieros y de las instituciones financieras en la transmisión de flujos de fondos desde las unidades económicas con superávit a las unidades económicas con déficit, y, por tanto, para la canalización eficiente del ahorro generado hacia la economía productiva. El sistema financiero constituye una piedra angular para el desarrollo económico de un país.

Objetivos específicos:

Entender qué es un sistema financiero y las funciones

Saber las características de los activos financieros y sus funciones

Comprender las funciones, características y posibles clasificaciones de los mercados financieros

Entender la diferencia entre financiación directa y financiación intermediada

Conocer las funciones de los intermediarios financieros y posibles clasificaciones

Comprender por qué es necesaria la regulación en los mercados financieros y de las instituciones financieras

Bibliografía básica a consultar^[1]:

Fichas del inversor de la CNMV: Servicios de la CNMV para los inversores

Martín y Trujillo (2004): capítulo 1

Mishkin y Eakins (2015): capítulos 1 y 2

Parejo *et al.* (2014): capítulos 1 y 2

Links a páginas web:

Banco Central Europeo: www.ecb.int

Banco de España: www.bde.es

CNMV, Portal del Inversor: <http://www.cnmv.es/portalinversor/>

Deutsche Bundesbank: <http://www.bundesbank.de/>

Financial Times: www.ft.com

TEMA 2: LOS MERCADOS INTERBANCARIOS Y LOS MERCADOS DE DEUDA PRIVADA

2.1.- Definición, funciones y participantes en los mercados monetarios.

2.2.- Los activos de los mercados monetarios.

2.3.- Los mercados interbancarios.

2.4.- Bonos y obligaciones: características, riesgos y rentabilidad.

2.5.- Otros activos a largo plazo: cédulas hipotecarias, cédulas territoriales, participaciones preferentes.

2.6.- Titulización de activos.

2.7- Mercados de deuda corporativa.

El Tema 2 muestra la importancia de los mercados monetarios y su utilidad para los distintos agentes económicos. Se analizan los participantes en los mercados monetarios y los activos que se emiten y negocian en estos mercados. Se estudia también el mercado interbancario y su papel como correa de transmisión de las decisiones de política monetaria. Por lo que se refiere a la deuda a largo plazo, se examinan las emisiones de bonos y obligaciones, su casuística y sus sistemas de valoración, otros activos como son las cédulas hipotecarias, las cédulas territoriales, o las participaciones preferentes; así como la titulización de activos. Se describe también el mercado de renta fija corporativa AIAF y los mercados de renta fija de las Bolsas.

Objetivos específicos:

Entender las características de los mercados monetarios

Conocer los activos que se intercambian en los mercados monetarios

Comprender cómo funciona el mercado interbancario y su importancia para la economía

Conocer cómo valorar activos de renta fija, los riesgos asociados a la inversión en activos de renta fija, y ser capaz de estimar la rentabilidad de una inversión en renta fija

Conocer distintos tipos de activos de renta fija, como los bonos y obligaciones simples, bonos y obligaciones convertibles, cédulas hipotecarias..., así como las participaciones preferentes.

Entender el proceso de titulización de activos

Comprender las características de los mercados de renta fija a largo plazo

Bibliografía básica a consultar:

Ficha del inversor de la CNMV: Las participaciones preferentes

Gómez Ansón *et al.* (2000) –prácticas-

Guía informativa de la CNMV: Los productos de renta fija

Guías informativas de la CNMV: Sus derechos como inversor. Descubra la protección que le da la MiFID

Martín y Trujillo (2004): capítulos 2, 3 y 4

Mishkin y Eakins (2015): capítulos 11, 12 y 14

Menéndez Alonso (2004) –prácticas-

Parejo *et al.* (2014): capítulo 6

Links a páginas web de interés:

Ahorro y Titulización: www.ahorroytitulizacion.com

AIAF: www.aiaf.es

Blog Random Thoughts de Xavier Sala i Martí: www.salaimartin.com/random-thoughts/random-thoughts.html

Bolsa de Madrid: www.bolsamadrid.es

Bolsas y Mercados Españoles: www.bolsasymercados.es

CNMV, Portal del Inversor: <http://www.cnmv.es/portalinversor/>

Diario Digital El Confidencial: www.elconfidencial.com

European Banking Federation: <http://www.euribor-ebf.eu/euribor-org/euribor-rates.html>

Financial Times: www.ft.com

Sistema Bursátil BME Renta Fija: www.aiaf.es

TEMA 3: LOS MERCADOS DE DEUDA PÚBLICA

3.1.- Activos de deuda pública.

3.2.- El mercado primario de Deuda Pública.

3.3.- El mercado secundario de Deuda Pública.

En el Tema 3 nos concentramos en los activos específicos del mercado de deuda pública, del Estado y de otros emisores públicos como las Comunidades Autónomas, las Corporaciones Locales o el ICO, y en los mercados primarios y secundarios de Deuda del Estado.

Objetivos específicos:

Entender qué es la deuda pública

Saber las características de los activos de deuda pública del Estado: Letras del Tesoro, Bonos del Estado y Obligaciones del Estado

Conocer los mercados de deuda pública

Bibliografía básica a consultar:

Martín y Trujillo (2004): capítulos 3 y 4

Links a páginas web:

Banco de España, Mercado de Deuda Pública:

<http://www.bde.es/webbde/es/mercadeuda/mercadeuda.html>

FEDEA: www.fedea.es

Sistema Bursátil BME Renta Fija: www.aiaf.es

Tesoro Público: www.tesoro.es

TEMA 4: LOS MERCADOS DE RENTA VARIABLE

4.1.- Características, valoración y tipología de acciones.

4.2.- La Bolsa de Valores: características, funciones, estructura y participantes.

4.3.- Los segmentos específicos de contratación: MAB, warrants, ETFs y Latibex.

4.4.- Índices bursátiles.

4.5.- Mercados extrabursátiles

En este tema se define qué se entiende por acciones y se analiza la diferencia entre acciones y deuda. Se comentan los distintos tipos de acciones; se estudian modelos de valoración de acciones, así como la

rentabilidad asociada a la inversión en renta variable. Se revisan también las funciones de la Bolsa en su segmento de Renta Variable, su utilidad, su dependencia de la coyuntura económica del momento, la organización de las Bolsas y los mercados primario y secundario, el tipo de operaciones y los participantes en los mercados bursátiles. Asimismo se trata la existencia de segmentos específicos de la Bolsa como el Mercado Alternativo Bursátil (MAB), warrants, ETFs. y Latibex, y se analizan los principales índices bursátiles, su formación y representatividad. Se comenta también la existencia de índices bursátiles de sostenibilidad, así como la creciente importancia de los mercados extrabursátiles.

Objetivos específicos:

Entender la diferencia entre la renta fija y la renta variable

Conocer las características de la renta variable y los tipos de acciones

Saber valorar acciones y estimar la rentabilidad de una inversión en renta variable

Conocer el concepto de derecho de suscripción preferente y saber estimar su valor teórico

Conocer las características de los mercados primarios y secundarios de renta variable, las operaciones que en ellos se realizan y los distintos tipos de participantes

Conocer el segmento de warrants, MAB, Latibex y ETFs

Entender las características de los mercados extrabursátiles y su importancia

Bibliografía básica a consultar:

Fichas del inversor de la CNMV: ETFs Fondos cotizados

Guías informativas de la CNMV: Las empresas de servicios de inversión

Guías informativas de la CNMV: Las órdenes de valores

Guías informativas de la CNMV: Las preguntas que debe hacerse todo accionista de una sociedad cotizada

Guías informativas de la CNMV: Sus derechos como inversor. Descubra la protección que le da la MiFID

Martín y Trujillo (2004): capítulos 3 y 4

Mishkin y Eakins (2015): capítulo 13

Parejo *et al.* (2014): capítulos 13 y 14

Links a páginas web de interés:

Bloomberg: www.bloomberg.com

Bolsas y Mercados Españoles: www.bolsasymercados.es

CNMV, Portal del Inversor: <http://www.cnmv.es/portalinversor/>

Deutsche Börse: **¡Error! Referencia de hipervínculo no válida.**

Diario Cinco Días: www.cincodias.com

London Stock Exchange: www.londonstockexchange.com

NYSE Euronext: www.nyse.com

Reuters: www.reuters.com

Universia Knowledge Wharton: <http://www.wharton.universia.net/>

TEMA 5: LOS MERCADOS DE DERIVADOS

5.1.- Concepto y características de los activos derivados.

5.2.- Los futuros financieros

5.3.- Las opciones financieras

5.4.- Los mercados de derivados españoles: MEFF y MFAO

5.5.- Los swaps de tipos de interés

Una vez que se han analizado los mercados de renta fija y variable, resulta necesario abordar el estudio de los mercados que ofrecen las mayores oportunidades de cobertura de riesgo: los mercados de derivados. No obstante, la participación en derivados, cuando no hay posición que cubrir, se convierte en mera especulación con posiciones muy apalancadas. En este tema se introduce el vocabulario y los conceptos necesarios para entender los futuros y se analizan las opciones y su operativa. Se describe también la estructura y operativa en el MEFF y los principales activos negociados en este mercado. Se hace también referencia al Mercado de Futuros del Aceite de Oliva y se introducen los swaps de tipos de interés.

Objetivos específicos:

Entender qué son los activos financieros derivados y por qué son importantes

Conocer los futuros financieros y saber cómo se determina su precio y el beneficio/pérdida asociado a las operaciones con futuros

Comprender qué es una opción financiera, las características de un call y de un put, cómo se determina el valor intrínseco de un call y un put y el beneficio/pérdida de operar con opciones

Conocer los activos financieros derivados negociados en MEFF, y saber cómo hacer operaciones de cobertura y especulación

Entender la operativa de la liquidación diaria en el mercado de futuros y el funcionamiento de MEFF, así como los agentes participantes en el mismo

Conocer los mercados de derivados españoles

Comprender qué es un swap de tipos de interés

Bibliografía básica a consultar:

Bodie *et al.* (2013): capítulos 14 y 15

Guías Informativas de la CNMV: Opciones y futuros

Martín y Trujillo (2004): capítulos 7 y 8

Mishkin y Eakins (2015): capítulo 24

Links a páginas web de interés:

CNMV, Portal del Inversor: <http://www.cnmv.es/portalinversor/>

Diario El Confidencial: www.elconfidencial.com

Diario El Economista: www.eleconomista.es

MEFF: www.meff.es

NYSE Euronext: www.nyse.com

TEMA 6: ENTIDADES DE CRÉDITO

6.1.- El Sistema Crediticio: estructura actual

6.2.- Estructura y operativa del sistema bancario.

6.3.- Regulación del sistema bancario.

6.4.- Establecimientos Financieros de Crédito, Entidades de Dinero Electrónico, ICO

En este tema se analiza el objeto de las entidades de crédito y sus balances y cuentas de resultados, así como los principios básicos de gestión bancaria. Se comentan también las actividades propias de la Banca de Inversión en contraposición con la actividad típicamente bancaria y se analiza la regulación bancaria y los cambios más recientes en dicha regulación a nivel nacional y europeo. Además del sistema bancario, se estudian otras entidades pertenecientes al sistema crediticio, tales como el ICO, los Establecimientos Financieros de Crédito y las Entidades de Dinero Electrónico.

Objetivos específicos:

Conocer las características de las entidades de crédito, las operaciones que realizan y comprender sus balances y cuentas de resultados

Entender la diferencia entre la actividad típicamente bancaria y la banca de inversión

Conocer las principales características de la regulación bancaria a nivel nacional y europeo

Saber los rasgos principales del sistema bancario español y entender cómo la regulación puede influir en la estructura del sistema bancario

Conocer qué son los Establecimientos Financieros de Crédito, las Entidades de Dinero Electrónico y el Instituto de Crédito Oficial

Bibliografía básica a consultar:

Guías informativas de la CNMV: Sus derechos como inversor. Descubra la protección que le da la MiFID

Informes Anuales de la AEB

Informes de Estabilidad Financiera del Banco de España

Mishkin y Eakins (2015): capítulos 17 a 19 y capítulo 22

Parejo *et al.* (2014): capítulos 7 a 10

Links a páginas web de interés:

Asociación Española de la Banca: www.aebanca.es

Banco de España: www.bde.es

Reuters: www.reuters.com

TEMA 7: OTROS INTERMEDIARIOS Y AGENTES FINANCIEROS

7.1. Fondos y Sociedades de Inversión: estructura y tipología.

7.2. Compañías de Seguros: principios y tipos de contratos de seguros.

7.3. Fondos de Pensiones: tipología de Planes de Pensiones, importancia de los fondos de pensiones.

7.4. El Capital Riesgo: concepto y funcionamiento.

7.5.- Agencias de rating.

7.6.- Sociedades de Garantía Recíproca y de reafianzamiento y sociedades de tasación.

La inversión colectiva ha experimentado un rápido crecimiento en las últimas dos décadas, en parte debido a la necesidad de asegurarnos la jubilación, pero también por la liquidez y diversificación que ofrece, por las ventajas asociadas a una mayor facilidad de acceso a distintos mercados y activos financieros, por la existencia de economías de escala derivadas del volumen de fondos bajo gestión, por las economías de especialización o por el desarrollo de la titulización. La industria de la inversión colectiva gestiona en España un patrimonio superior a los 200.000 millones de euros según los datos de Inverco (febrero, 2012), de ahí su importancia.

En este tema se analizan los dos tipos de fondos de inversión: abiertos y cerrados, la tipología de fondos de inversión y su funcionamiento, incluyendo a los fondos de inversión libres o hedge funds y las SICAVS; se explican los fundamentos del contrato de seguros y los seguros más comunes: seguros de vida y de propiedad y de percances, así como un vehículo de inversión cada vez más importante dada la esperanza de vida y pirámide poblacional: los fondos de pensiones. También se introduce el concepto de capital riesgo y su importancia para una economía, las agencias de rating y sus conflictos de interés, así como otras entidades: sociedades de garantía recíproca y de reafianzamiento y sociedades de tasación.

Objetivos específicos:

Entender la diferencia entre fondos de inversión abiertos y cerrados

Conocer la tipología de fondos de inversión y la diferencia entre un fondo de inversión y una SICAV

Entender qué es un contrato de seguros y las características de los seguros más comunes: seguros de vida y de propiedad y percances

Conocer las características de los fondos de pensiones

Comprender qué es el capital riesgo y entender por qué es importante para una economía

Entender la importancia de las agencias de rating y los conflictos de interés de estos agentes

Saber qué son las sociedades de garantía recíproca y de reafianzamiento y las sociedades de tasación

Bibliografía básica a consultar:

Guías informativas de la CNMV: Sus derechos como inversor. Descubra la protección que le da la MiFID

Mishkin y Eakins (2015): capítulos 20 y 21

Parejo *et al.* (2014): capítulos 11 y 12

Links a páginas web de interés:

CNMV, Portal del Inversor: <http://www.cnmv.es/portalinversor/>

Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones: <http://www.dgsfp.meh.es/planes.asp>

Web de capital riesgo: www.webcapitalriesgo.com

TEMA 8. CRISIS FINANCIERAS: CAUSAS Y CONSECUENCIAS

8.1.- Definición de crisis financiera.

8.2.- La dinámica de las crisis financieras en economías desarrolladas.

8.3.- La Gran Depresión y otras crisis financieras.

8.4.- La crisis financiera de las sub-prime.

Las crisis financieras son una constante histórica. La reciente crisis financiera refuerza la importancia de estudiar las crisis financieras en la disciplina de Finanzas. Este es el objetivo de este tema que además, permite aunar conceptos comentados a lo largo de la asignatura y atraer el interés de los estudiantes por las Finanzas. En este tema se relacionan así conceptos relacionados con las finanzas del comportamiento, la asimetría de información y los problemas de incentivos, los fallos regulatorios o los errores en la supervisión para tratar de explicar el por qué de las crisis financieras. Aunque se analizan otras crisis, se hace especial hincapié en la crisis financiera actual.

Objetivos específicos:

Entender qué es una burbuja en el precio de los activos y por qué se produce

Comprender qué es una crisis financiera

Conocer cómo se producen y desarrollan las crisis financieras

Conocer las características de la crisis de la Gran Depresión y de otras crisis financieras, en especial de la crisis financiera de las sub-prime

Bibliografía básica a consultar:

Buckley (2011) (adicional)

Mishkin y Eakins (2015): capítulo 8

Links a páginas web de interés:

Fondo de Adquisición de Activos Financieros: <http://www.fondoaf.es/SP/index.html>

Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB): <http://www.frob.es/>

Fondo Monetario Internacional: www.imf.org/external/index.htm

Lección de Nicholas Barberis titulada: Psicología de la Crisis Financiera: http://community.cengage.com/GECResource/blogs/gec_blog/archive/2009/06/26/behavioral-finance-and-the-global-economic-crisis.aspx

Fondo Monetario Internacional: www.fmi.org

[1] En caso de que el alumno desee consultar bibliografía adicional para cualquiera de los temas, consultar con el profesor para obtener las referencias bibliográficas para cada tema en concreto de entre la Bibliografía que aparece en el apartado 8.

6. Metodología y plan de trabajo

El desarrollo del programa de la asignatura se realiza a través de actividades presenciales y no presenciales. La docencia presencial se basa principalmente en dos tipos de actividades: clases expositivas y prácticas de aula..

Para el desarrollo de cada tema de la asignatura, se impartirán sesiones de clases teóricas bajo la modalidad de lección magistral, en las que se proporcionarán al estudiante un primer contacto con el tema a tratar. Las prácticas y los links a las lecturas de cada tema están disponibles en el Campus Virtual.

La asignatura tiene un elevado componente práctico. Se busca fomentar un aprendizaje práctico que permita la adquisición de las competencias descritas con anterioridad. Este aprendizaje práctico se llevará a cabo mediante la realización de cuestiones, ejercicios y problemas, enfocados a profundizar en el estudio y conocimiento de los mercados e instituciones financieras, lecturas, el acceso a páginas web de interés...

En este contexto, el **plan de trabajo de las actividades presenciales** es el siguiente:

- **Clases expositivas:** En estas clases se planteará la motivación general del tema y se dará una visión de su parte teórica. Estas clases se apoyan con la utilización de medios audiovisuales. Los estudiantes cuentan con una bibliografía básica para cada tema y con bibliografía complementaria para el conjunto de la asignatura que permite adquirir los conocimientos teóricos. Se utilizarán presentaciones power point que estarán disponibles para los estudiantes en el Campus Virtual.
- **Prácticas de aula:** En estas sesiones se resolverán cuestiones teórico-prácticas relacionadas con los conocimientos teóricos analizados en las clases expositivas. Las cuestiones tendrán un marcado carácter participativo, ya que los estudiantes resolverán y discutirán cuestiones referidas a los temas tratados en la asignatura. Además en ellas se comentarán lecturas relacionadas con los distintos temas. Las prácticas correspondientes a cada asignatura estarán disponibles en el Campus Virtual.

El trabajo en clase ha de complementarse con las siguientes **actividades no presenciales**:

- **Trabajo autónomo del estudiante**, principalmente centrado en el estudio de los contenidos impartidos en clase y en la preparación de las prácticas de aula con antelación a la realización de

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

La evaluación de la asignatura se basa en dos elementos:

1) **Evaluación continua**, mediante la cual se valorará el esfuerzo desarrollados por el estudiante a lo largo del curso. El peso en la calificación final es del 40%.

2) **Examen final**, que consistirá en una prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos adquiridos por el estudiante así como la capacidad para aplicarlos. El peso de esta prueba en la nota final es del 60%.

Descripción de las actividades de evaluación continua:

La evaluación continua se basará en:

- Pruebas de seguimiento y de comprensión de los contenidos analizados hasta el momento de realización de cada una de las dos pruebas (3 puntos). Se tratará de pruebas escritas programadas que se realizarán en las semanas de:
 - Semana del 23 al 27 de Octubre de 2017
 - Semana del 27 de Noviembre-1 de Diciembre de 2017
- Comentario escrito de una lectura en clase (0,5 puntos)
- Participación activa en clases teóricas y prácticas (0,5 puntos)

Para superar la asignatura el estudiante debe obtener una nota de al menos 5 puntos sumando todas las puntuaciones ponderadas obtenidas a través de la evaluación continua y del examen final. La puntuación ponderada obtenida por el estudiante en la evaluación continua se tendrá en cuenta en todas las convocatorias del curso académico. Así, pues, la calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40 %. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

Los estudiantes que opten por no participar en las actividades de evaluación continua anteriormente señaladas y que son evaluadas, necesariamente, a lo largo del curso, podrán superar la asignatura en cualquiera de las convocatorias obteniendo una puntuación de, al menos, 5 puntos tras haber aplicado el porcentaje de ponderación del examen final (60%) a la calificación obtenida en el mismo.

La siguiente tabla muestra, de forma resumida, las ponderaciones de las distintas actividades que se someterán a evaluación en la evaluación continua.

Pruebas de evaluación	Ponderación en la calificación final (en porcentaje)
<i>Evaluación continua</i>	40%
<i>Examen final</i>	60%

Los estudiantes que se acojan a la evaluación diferenciada podrán obtener la ponderación de la evaluación continua de la siguiente forma: por las preguntas y cuestiones adicionales que se incorporarán al examen final para estos estudiantes.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica:

Fichas del Inversor de la CNMV

Guías Informativas de la CNMV

Martín Marín, J.L.; Trujillo Ponce (2004): *Manual de Mercados Financieros*, Thomson.

Mishkin, F.; Eakins, S.G. (2015): *Financial Markets and Institutions*, 7th Edition, Prentice Hall.

Parejo, J.A.; Rodríguez Sáiz, L.; Cuervo García, A. (2014): *Manual del sistema financiero español*, 23ª edición, Ed. Ariel Economía.

Manuales de prácticas:

Gómez Ansón, S.; González Méndez, V.M.; Menéndez Requejo, S. (2000): *Problemas de dirección financiera*, Editorial Civitas.

Menéndez Alonso, E.J. (2004): *Problemas y prácticas sobre los mercados financieros*, Díaz de Santos.

Bibliografía adicional de interés para la asignatura:

Allen, F.; Yago, G. (2010): *Financing the Future: Market-Based Innovations for Growth*, Pearson Prentice Hall.

Amat, O.; Pujades, P.; Lloret, P. (2012): *Análisis de operaciones de crédito. Introducción a las técnicas de análisis, confección de informes y seguimientos de las operaciones*, 1ª edición, Profit Editorial.
American Finance Association: History of Finance (<http://www.afajof.org/association/historyfinance.asp>)

Arnold, G. (2011): *Financial Times Guide to the Financial Markets*, FT Press.

Berk, J.; DeMarzo, P. (2011): *Corporate Finance: The Core*, Pearson.

Bernanke, B.S. (2000): *Essays on the Great Depression*, Princeton University Press.

Bodie, Z.; Kane, A.; Marcus, A.J. (2013): *Essentials of Investments*, 8th edition, McGraw Hill. (En español, Principios de inversiones, 5ª edición, 2004, McGraw Hill).

Bodie, Z.; Merton, R.C.; Cleeton, D. (2011): *Financial Economics*, 2nd Edition, Pearson Learning Solutions (en español: Finanzas, 1ª edición, Pearson).

Brealey, R.A.; Myers, S.C.; Allen, F. (2011): *Principles of Corporate Finance*, McGraw Hill.

Brun, X.; Elvira, O.; Puig, X. (2008): *Mercado de renta variable y mercado de divisas. Las bolsas de valores: mercados de rentas variables y de divisas y las formas de analizarlo*, Profit Editorial.

Buckley, A. (2011): *Financial crisis. Causes, context and consequences*, FT Prentice Hall.

Choudhry, M. (2010): *An introduction to bond markets*, 4th edition, John Wiley & Sons.

Choudhry, M.; Masek, D. (2011): *An introduction to banking, liquidity risk and asset liability management*, John Wiley & Sons.

Choudry, M. (2012): *The Principles of Banking*, John Wiley & Sons.

Codina, J. (2007): *Manual de "day-trading" y bolsa "on-line"*, Inversor ediciones S.L.

- Court, E. (2010): *Mercado de capitales*, Prentice Hall.
- Das, S. (2005): *Credit Derivatives, CDOs, and Structured Products*, Wiley.
- Das, S. (2011): *Extreme Money, the masters of the Universe and the cult of risk*, Financial Times Press.
- Elvira, O.; Larraga, P. (2008): *Mercado de productos derivados. Futuros, forwards, opciones y productos estructurados*, Profit Editorial.
- Fabozzi, F.J. (2013): *Bond Markets, Analysis and Strategies*, 8th edition, Prentice Hall.
- Fabozzi, F.J.; Modigliani, F. (2010): *Capital Markets, Institutions and Instruments*, 4th Edition, Prentice Hall.
- Fabozzi, F.J.; Modigliani, F.P.; Jones, F.J. (2010): *Foundations of Financial Markets and Institutions*, 4th edition, Prentice Hall.
- Friedman, M.; Schwartz, A.J. (1963): *A monetary history of United States 1867-1960*, Princeton University Press.
- Galbraith, J.K. (2008): *El crash de 1929*, Editorial Ariel.
- García Olalla, M. y otros (2014): *Manual del asesor financiero*, Paraninfo.
- Hull, J. (2012): *Risk management and financial institutions*, 3rd edition, John Wiley & Sons.
- Hull, J.C. (2011): *Fundamentals of Futures and Options Markets*, 7th Edition, Prentice Hall (en Español: Introducción a los Mercados de Futuros y Opciones, 6ª Edición, Prentice Hall)
- Hull, J.C. (2012): *Options, Futures and other derivatives*, 8th Edition, Prentice Hall.
- Igual, D. (2008): *Conocer los productos y servicios bancarios. Productos de tesorería, de inversión, de financiación, leasing, factoring, renting, tarjetas*, Profit Editorial.
- Kindleberger, C.P.; Aliber, R. (2005): *Manias, panics and crashes. A history of financial crises*, 5th edition, Wiley Investment Classics.
- Lamothe Fernández, P. (2010): *Opciones financieras y productos estructurados*, McGraw Hill.
- Lamothe, P. (1999): *Gestión de carteras de acciones internacionales*, Pirámide.
- Larraga, P. (2008): *Mercado monetario y mercado de renta fija*, Profit Editorial.
- Larraga, P.; Peña, I. (2008): *Conocer los productos financieros de inversión colectiva*, Profit Editorial.
- López Lubián, F.J.; García Estévez, P. (2003): *Bolsa, Mercados y Técnicas de Inversión*. McGraw-Hill.
- Madura, J. (2010): *Financial institutions and markets*, 9th edition, South Western Publishing.
- Marín, J.M.; Rubio, G. (2001): *Economía Financiera*, Antoni Bosch Editor (nueva edición en 2011).
- Martín López, M.; Martín Marín, J.L.; Oliver Alfonso, M.D.; Torre Gallegos, A. (2009): *Manual práctico de mercados financieros*, 1ª edición, Delta.
- Martín, M.; Martín, J.L.; Oliver, Mª D.; de la Torre, A. (1995): *La operativa en los mercados financieros: casos prácticos*, Ariel Economía.
- Meir, S. (2011): *What Investors Really Want: Know What Drives Investor Behavior and Make Smarter*

Financial Decisions, 1st Edition, McGraw Hill

Menéndez Alonso, E. (2002): *500 Cuestiones resueltas sobre las Bolsas de Valores*, Díaz de Santos.

Mishkin, F.S. (2015): *Economics of Money, Banking and Financial Markets*, 10th Edition, Prentice Hall. (Edición en español: Moneda, banca e instituciones financieras 8ED, 2008).

Pindado García, J. (2012): *Finanzas Empresariales*, Editorial Paraninfo.

Ramírez, J. (2011): *Handbook of Corporate Equity Derivatives and Equity Capital Markets*, John Wiley & Sons.

Roland, G. (2010): *Market players: A guide to the institutions in today's financial markets*, John Wiley & Sons.

Sánchez Fernández de Valderrama, J.L. (2007): *Curso de bolsa y mercados financieros*, 4ª edición, Ed. Ariel.

Saunders, A.; Cornett, M.M. (2009): *Financial Markets and Institutions*, Mc Graw Hill.

Scaramucch, A. (2012): *The little book of hedge funds*, John Wiley & Sons.

Shiller, R.: *Financial Markets* (<http://academicearth.org/courses/financial-markets>)

Links a páginas web de interés para la asignatura

Ahorro y Titulización: www.ahorroytitulizacion.com

Asociación Española de la Banca: www.aebanca.es

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA): <http://www.aeca.es/>

Association for Investment Management and Research: <http://www.aimr.com/>

Autoridad Bancaria Europea; European Banking Authority (EBA): www.eba.europa.eu/

Autoridad Europea de Seguros y Fondos de Pensiones; European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA): www.eiopa.europa.eu

Autoridad Europea de Valores y Mercados; European Securities and Markets Authority (ESMA): www.esma.europa.eu/

BaFIN: www.bafin.de

Banco Central Europeo: www.ecb.int

Banco de España: www.bde.es

Banco Mundial: www.worldbank.org

Banco Santander: www.bancosantander.es

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria: www.bbva.es

Bank of England: <http://www.bankofengland.co.uk/Pages/home.aspx>

Blog Nada es Gratis de FEDEA: www.nadaesgratis.es Blog Random Thoughts de Xavier Sala i Martí:

www.salaimartin.com/random-thoughts/random-thoughts.html

Bloomberg: www.bloomberg.com

BME Renta Fija/AIAF/: www.aiaf.es

Bolsa de Madrid: www.bolsamadrid.es

Bolsas y Mercados Españoles (BME): www.bolsasymercados.es

Chicago Mercantile Exchange (CME Group): <http://www.cmegroup.com/>

Comisión Europea, Internal Markets, Financial Services and Capital:
http://ec.europa.eu/internal_market/top_layer/financial_capital/index_en.htm

Comisión Nacional del Mercado de Valores: www.cnmv.es

Confederación Española de Cajas de Ahorros: www.ceca.es

Deutsche Bank: www.db.com

Deutsche Bundesbank: <http://www.bundesbank.de/>

Deutsche Börse: www.deutsche-boerse.com

Diario Cinco Días: www.cincodias.com Diario Digital Banca15: www.banca15.com

Diario Digital Finanzas.com: www.finanzas.com

Diario El Economista: www.eleconomista.es/

Diario El Confidencial: www.elconfidencial.com

Diario Expansión: www.expansion.com

Dirección General de Seguros y Planes de Pensiones: www.dgsfp.meh.es

Dow Jones: <http://www.dowjones.com/>

Dow Jones Sustainability Indexes: <http://www.sustainability-index.com/>

European Capital Markets Institute: www.eurocapitalmarkets.org

European Central Bank: www.ecb.int

Federación Europea de Bolsas de Valores: www.fese.be/en/

Federación Mundial de Bolsas: www.world-exchanges.org

FTSE, The Index Company: <http://www.ftse.com/>

Financial Services Authority: <http://www.fsa.gov.uk/>

Financial Times: www.ft.com/markets

Fitch Ratings: www.fitchratings.com

Fitch Ratings España: www.fitchratings.es

Fondo de Adquisición de Activos Financieros: <http://www.fondoaaf.es/SP/index.html>

Fondo de Garantía de Depósitos: <http://www.fgd.es/es/index.html>

Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB): <http://www.frob.es/>

Fondo Monetario Internacional: www.imf.org/external/index.htm

Fundación de Estudios de Economía Aplicada: www.fedea.es

HSBC: www.hsbc.com

Iberclear: www.iberclear.es

Instituto Español de Analistas Financieros: www.ieaf.es

Investor Protection Trust: <http://www.investorprotection.org/>

JP Morgan: <http://www.jpmorgan.com/>

London Stock Exchange: www.londonstockexchange.com

Mercado Español de Futuros Financieros: www.meff.es

Merrill Lynch: www.ml.com

Ministerio de Economía y Competitividad: www.mineco.gob.es

Moody's: www.moodys.com

Moody's España: www.moodys.es

NASDAQ Stock Market: www.nasdaq.com

National Association of Security Dealers: <http://www.nasdr.com/>

North American Securities Administrators Association: <http://www.nasaa.org>

NYSE Euronext: <http://www.nyse.com/>

Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE): www.oecd.org

Organización Internacional de Comisiones de Valores: www.iosco.org

Reserva Federal de los Estados Unidos: www.federalreserve.gov

Reuters España: www.reuters.es

Reuters: www.reuters.com

Revista Economistas: www.revistaeconomistas.com

Royal Bank of Scotland: <http://www.rbs.co.uk/>

Seminario Actualidad Económica: www.actualidad-economica.com/

Sociedad de Bolsas: www.sbolsas.com

Standard & Poor's: www.standardandpoors.com

Tesoro Público: www.tesoro.es

Tokio Stock Exchange: www.tse.or.jp/english

Toronto Stock Exchange: <http://www.tmx.com/en/index.html>

Unión Nacional de Cooperativas de Crédito: www.unacc.com

Universia Knowledge Wharton: <http://www.wharton.universia.net/i>

U.S. Securities and Exchange Commission: <http://www.sec.gov/>

Web de capital riesgo: www.webcapitalriesgo.com

Wall Street Journal: www.wsj.com

Xavier Sala i Martí (artículos): <http://www.salaimartin.com/mass-media.html>



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Inversiones Financieras		CÓDIGO	GADEMP01-3-006
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
GONZALEZ MENDEZ VICTOR MANUEL		vmendez@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
GONZALEZ MENDEZ VICTOR MANUEL		vmendez@uniovi.es	(English Group)	
Álvarez Otero Susana		saotero@uniovi.es	(English Group)	
Albuerne Gutierrez Manuel Agustin		albuerne@uniovi.es	(English Group)	

2. Contextualización

La asignatura Inversiones Financieras es la última de las tres asignaturas obligatorias del módulo de Finanzas del Grado en ADE (Materia: Mercados Financieros). Previamente los alumnos habrán cursado *Finanzas Empresariales* (asignatura obligatoria del 2º semestre del 2º curso) y *Mercados e Instituciones Financieras* (asignatura obligatoria del 1er semestre del 3er curso).

Esta asignatura se coordina con el resto de asignaturas del módulo de Finanzas, existiendo múltiples interrelaciones entre ellas. Así, *Finanzas Empresariales* tiene por objeto el estudio de las decisiones de inversión, financiación y distribución de beneficios adoptadas por las empresas en el marco del objetivo financiero de la creación de valor en la empresa. La asignatura *Mercados e Instituciones Financieras* analiza el entorno financiero (agentes y mercados del sistema financiero) en el cual las empresas toman las decisiones financieras. Adicionalmente, *Inversiones Financieras* también guarda una estrecha relación con las asignaturas optativas del módulo de Finanzas que son *Gestión de Riesgos Financieros* y *Análisis y Planificación Financiera*, las cuales desarrollan en profundidad temas relacionados con la dirección financiera de las empresas y la cobertura de los riesgos financieros.

3. Requisitos

No existen requisitos obligatorios para cursar la asignatura aunque se considera conveniente el dominio de los contenidos de las asignaturas Finanzas Empresariales y Mercados e Instituciones Financieras, asignaturas obligatorias de segundo y tercer curso, respectivamente, en el Grado en ADE, por cuanto la primera de las asignaturas da al alumno una visión global de las decisiones financieras de las empresas, mientras que la segunda proporciona el conocimiento del entorno financiero en el cual esas decisiones financieras se toman. Por otro lado, es recomendable tener conocimientos relativos a la información económico-financiera elaborada por la empresa, siendo también útiles los conocimientos de matemática financiera. Igualmente, con carácter instrumental, resulta recomendable la formación en el manejo de programas básicos de informática, internet e inglés, en la medida que facilita la consulta, organización, tratamiento y presentación de la información a manejar por los estudiantes.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo de la asignatura es el estudio de los mercados de valores, capacitando al alumno para la utilización de los diferentes modelos de valoración de títulos de renta variable, renta fija y activos financieros derivados y su utilización en la gestión de carteras. El análisis parte del conocimiento de las inversiones financieras existentes y del estudio de la relación entre rentabilidad y riesgo de los activos financieros y de la Teoría de Carteras. Se estudian el modelo de Markowitz, el modelo de mercado, el CAPM y modelos de valoración por arbitraje (APT), poniendo especial énfasis en la relación entre rentabilidad y riesgo y los fundamentos de la diversificación de carteras. A continuación tras el análisis de la eficiencia de los mercados de valores, se examinan los diferentes modelos de valoración de activos financieros tanto de renta variable como de renta fija. Se completa la asignatura con el estudio de la utilización de activos financieros derivados, futuros y opciones financieras, en la gestión de carteras.

Las **Competencias Genéricas** que el estudiante adquiere en la asignatura de *Inversiones Financieras* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de aprendizaje
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia
- Conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés
 - Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo
 - Capacidad para trabajar en equipo
 - Capacidad para tomar decisiones
 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
 - Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones
 - Iniciativa y espíritu emprendedor
 - Capacidad de organizar y planificar
 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones
 - Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho
 - Contar con valores y comportamientos éticos

Las **Competencias Específicas** que el estudiante adquiere en la asignatura de *Inversiones Financieras* son:

- Manejar e interpretar software específico para el tratamiento de datos
- Diseñar estrategias de inversión y financiación en los mercados financieros
- Diseñar, desarrollar y analizar proyectos empresariales
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

Resultados del Aprendizaje. Al finalizar el módulo el estudiante deberá ser capaz de:

- Identificar los parámetros relevantes para la valoración de activos.
- Entender el funcionamiento y las operaciones que se realizan en los mercados financieros.
- Buscar, analizar e interpretar la información de los mercados financieros.
- Identificar y comprender las diferentes clases de riesgos financieros así como las operaciones de cobertura.
- Conocer las metodologías de valoración de activos financieros de renta fija y variable.
- Conocer las técnicas de formación y optimización de carteras y diversificación del riesgo.
- Analizar y describir los procesos de formación del precio en los mercados financieros.

- Comprender la toma de decisiones financieras por los agentes económicos.

En definitiva, esta asignatura, además de proporcionar una formación especializada en los aspectos relacionados con los activos financieros y servir de fundamento para la comprensión del resto de asignaturas de Finanzas, busca el fomento del empleo en una línea profesional relacionada con los mercados financieros, los activos financieros y la toma de decisiones de inversión.

5. Contenidos

El programa de la asignatura se organiza en 7 temas agrupados en tres bloques. Un primer tema introductorio que tiene como finalidad el conocimiento de los activos financieros a disposición de los inversores, el análisis de la relación entre rentabilidad y riesgo de los activos financieros y la incidencia de la diversificación sobre el binomio rentabilidad-riesgo. El 2º bloque comprende dos temas en los que se analizarán, respectivamente, la Teoría de Carteras y la eficiencia de los mercados de capitales. Por último, el tercer bloque abarca los temas 4 a 7 y se dedica a analizar las inversiones en renta variable, renta fija y activos financieros derivados, respectivamente.

5.1. Programa Abreviado:

Bloque I: Introducción

Tema 1. Las inversiones y los mercados financieros

Bloque II: El equilibrio y la eficiencia en los mercados de capitales

Tema 2. Teoría de carteras

Tema 3. La eficiencia de los mercados de capitales

Bloque III: Análisis de las inversiones financieras

Tema 4. Análisis fundamental de títulos de renta variable

Tema 5. Análisis técnico de títulos de renta variable

Tema 6. Valoración y gestión de títulos de renta fija

Tema 7. Activos financieros derivados: futuros y opciones

5.2. Programa detallado y objetivos de aprendizaje

Tema 1.- Las inversiones y los mercados financieros

Contenidos:

1.1.- Activos financieros: concepto y tipología

1.2.- Los mercados financieros y los inversores

1.3.- Rentabilidad de las inversiones financieras

1.4.- Riesgo de las inversiones financieras

1.5.- Formación de carteras: Diversificación

Objetivos:

El objetivo del tema es conocer los activos financieros en que pueden invertir los inversores y los mercados en que se negocian. Además, se analizará la relación entre rentabilidad y riesgo en los activos financieros, y se incidirá en la influencia que la formación de carteras tiene en la rentabilidad y riesgo de las inversiones financieras a través de la diversificación.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer las inversiones y los mercados financieros
- Definir rentabilidad y riesgo en títulos individuales
- Conocer los determinantes del riesgo de carteras de activos financieros
- Calcular la rentabilidad y el riesgo de una cartera de activos financieros
- Entender el concepto de diversificación

Material de consulta:

BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, A.J. (2004): Principios de inversiones. Ed. McGraw Hill. Capítulos 1 y 5.

CALVO, A.; PAREJO, J.A.; RODRÍGUEZ, L.; CUERVO, A. (2011): Manual del sistema financiero español. Ed. Ariel. Capítulo 1.

Tema 2.- Teoría de carteras

Contenidos:

2.1.- El modelo de Markowitz o de la media-varianza

2.2.- El modelo de mercado: la simplificación de Sharpe

2.3.- Riesgo sistemático y riesgo específico

2.4.- El equilibrio en el mercado de capitales: CAPM

2.5.- Modelos índices y el APT

2.6.- Evaluación de los resultados de las carteras de títulos

Objetivos:

En este tema se analizará la relación entre rentabilidad y riesgo en el marco de la teoría de carteras, estudiando para ello el modelo de Markowitz o de la media-varianza, el modelo de mercado, el modelo CAPM y los modelos APT. Por último, se evaluarán los resultados de las carteras de títulos, a través de la propuesta de medidas que consideren conjuntamente la rentabilidad y riesgo de las carteras.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer los fundamentos del modelo de Markowitz, modelo de mercado, del modelo CAPM y de los modelos APT.
- Comprender las implicaciones de la Teoría de Carteras
- Distinguir y calcular los componentes del riesgo total: específico y sistemático
- Evaluar los resultados obtenidos por las carteras

Material de consulta:

BERK, J.; DE MARZO, P. (2008): Finanzas corporativas. Ed. Pearson. Capítulos 11, 12 y 13.

BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, A.J. (2004): Principios de inversiones. Ed. McGraw Hill. Capítulos 5, 6 y 7.

BREALEY, R.; MYERS, S.; ALLEN, F. (2006): *Principios de Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw Hill. Capítulo 9.

PINDADO, J. (Director) (2012): Finanzas Empresariales, Ediciones Paraninfo, Madrid. Capítulos 5 y 6.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W. y JAFFE, J.F. (2012): *Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw-Hill. Capítulos 11 y 12.

Tema 3.- Teoría de la eficiencia de los mercados de capitales

Contenidos:

- 3.1.- Definición e implicaciones
- 3.2.- Hipótesis de eficiencia
- 3.3.- Contraste y evidencia de las hipótesis de eficiencia
- 3.4.- Anomalías de los mercados de valores
- 3.5.- Gestión activa vs gestión pasiva

Objetivos:

El objetivo de este tema es el estudio de la eficiencia de los mercados de valores y sus implicaciones, distinguiendo tres niveles de eficiencia en función de la información contenida en los precios, a saber, débil, semifuerte y fuerte. Se analizarán las pruebas que apoyan y contradicen la eficiencia de los mercados de valores. Por último, se valorarán las consecuencias que la eficiencia de los mercados de capitales tiene sobre la gestión de carteras de inversiones financieras.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer los fundamentos de la eficiencia de los mercados de valores
- Analizar las razones que motivan el grado de eficiencia de los mercados de valores
- Distinguir los diferentes niveles de eficiencia
- Conocer y evaluar los contrastes de las hipótesis de eficiencia
- Conocer y evaluar las anomalías existentes en los mercados de valores
- Comprender las implicaciones de la eficiencia en la gestión de los activos financieros

Material de consulta:

BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, A.J. (2004): Principios de inversiones. Ed. McGraw Hill. Capítulo 8.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W. y JAFFE, J.F. (2012): Finanzas Corporativas. Ed. McGraw-Hill. Capítulo 14.

Tema 4.- Análisis fundamental de títulos de renta variable

Contenidos:

- 4.1.- Información utilizada en el análisis fundamental
- 4.2.- Modelos de descuento del dividendo
- 4.3.- Modelos basados en multiplicadores: ratio PER
- 4.4.- Modelos basados en el descuento de flujos de caja

Objetivos:

En este tema se abordarán los métodos de valoración de los títulos de renta variable. Para ello se parte del conocimiento de la información utilizada para esa valoración, que se refiere a información macroeconómica, sectorial y a nivel de empresa. A continuación se analizan los métodos disponibles para la determinación del valor intrínseco de los títulos y su implementación práctica.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer las fuentes de información para el análisis fundamental: macroeconómica, sectorial y de empresa
- Analizar las principales magnitudes empresariales: rentabilidad y solvencia
- Comprender los fundamentos del modelo de descuento de dividendos, los métodos basados en multiplicadores (PER) y los modelos basados en el descuento de flujos de caja
- Conocer el concepto de prima de riesgo y su importancia en la valoración
- Aplicar los conocimientos a la valoración de títulos de renta variable

Material de consulta:

BERK, J.; DE MARZO, P. (2008): Finanzas corporativas. Ed. Pearson. Capítulo 9.

BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, A.J. (2004): Principios de inversiones. Ed. McGraw Hill. Capítulos 11, 12 y 13.

BREALEY, R.; MYERS, S.; ALLEN, F. (2006): *Principios de Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw Hill. Capítulo 5.

BREALEY, R.; MYERS, S.; MARCUS, A. (2007): Fundamentos de Finanzas Corporativas. Ed. McGraw Hill. Capítulo 6.

PINDADO, J. (Director) (2012): Finanzas Empresariales, Ediciones Paraninfo, Madrid. Capítulo 4.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W. y JAFFE, J.F. (2012): Finanzas Corporativas. Ed. McGraw-Hill. Capítulo 9.

Tema 5.- Análisis técnico de títulos de renta variable

Contenidos:

- 5.1.- Definición y características
- 5.2.- Tipos de gráficos
- 5.3.- Teoría Dow
- 5.4.- Principales figuras e indicadores

Objetivos:

En este tema se analiza el análisis técnico y su utilidad en la toma de decisiones de inversión financiera. Se hará también un repaso de los principales conceptos y herramientas utilizadas en el análisis técnico.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Comprender los fundamentos del análisis técnico y su utilidad.
- Conocer las herramientas de análisis técnico para la toma de decisiones
- Identificar las principales figuras utilizadas en el análisis técnico
- Aplicar indicadores como el momentum o el RSI

Material de consulta:

BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, A.J. (2004): Principios de inversiones. Ed. McGraw Hill. Capítulo 19.

MURPHY, J. (2000): Análisis técnico de los mercados financieros. Ed. Eada Gestión.

Tema 6.- Valoración y gestión de títulos de renta fija

Contenidos:

- 6.1.- Concepto y características de los títulos de renta fija
- 6.2.- Valoración de los títulos de renta fija
 - 6.2.1.- Estructura temporal de tipos de interés
- 6.3.- Riesgo de los títulos de renta fija
- 6.4.- Duración
- 6.5.- Gestión activa y pasiva de la renta fija

Objetivos:

En este tema se analizará la valoración de los activos financieros de renta fija, tomando en consideración los flujos generados por los mismos y las tasas de descuento apropiadas al nivel de riesgo asumido. Se estudiará también la utilización del concepto de duración en la definición de estrategias de inversión en títulos de renta fija.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer los determinantes del valor de un título de renta fija.
- Comprender las diferentes teorías explicativas de la estructura temporal de tipos de interés.
- Identificar los diferentes tipos de riesgos asumidos al invertir en títulos de renta fija.
- Conocer el concepto de duración y su utilidad en la formulación de estrategias de inversión.
- Diseñar estrategias de inversión en renta fija según los objetivos del inversor.

Material de consulta:

BERK, J.; DE MARZO, P. (2008): Finanzas corporativas. Ed. Pearson. Capítulo 8.

BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, A.J. (2004): Principios de inversiones. Ed. McGraw Hill. Capítulos 9 y 10.

BREALEY, R.; MYERS, S.; ALLEN, F. (2006): *Principios de Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw Hill. Capítulo 4.

BREALEY, R.; MYERS, S.; MARCUS, A. (2007): *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw Hill. Capítulo 5.

MARTINEZ ABASCAL, E.; GUASCH, J. (2002): Gestión de carteras de renta fija. Ed. McGraw Hill.

PINDADO, J. (Director) (2012): Finanzas Empresariales, Ediciones Paraninfo, Madrid. Capítulo 3.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W. y JAFFE, J.F. (2012): Finanzas Corporativas. Ed. McGraw-Hill. Capítulo 8.

Tema 7.- Activos financieros derivados: futuros y opciones

Contenidos:

7.1.- Concepto y características de los activos financieros derivados

7.2.- Futuros financieros

7.2.1.- Valoración

7.2.2.- Estrategias con futuros

7.3.- Opciones financieras

7.3.1.- Valoración

7.3.2.- Estrategias con opciones

Objetivos:

El objetivo fundamental en este tema es el estudio de los activos financieros derivados (futuros y opciones) y su utilidad en la gestión de carteras. Para ello partiendo del estudio de las características de estos contratos, se analizarán los factores que determinan el precio de los mismos y los modelos utilizados para la valoración de futuros y opciones. Finalmente, se plantearán las estrategias más habituales con futuros y opciones que van desde la cobertura de posiciones a la especulación, pasando por el arbitraje entre mercados.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer las características de un contrato de futuros y los determinantes del precio.
- Comprender la valoración de futuros.
- Diseñar estrategias de inversión en futuros según los objetivos del inversor.
- Conocer las características de un contrato de opción y los determinantes del precio.
- Comprender los modelos de valoración de opciones.
- Diseñar estrategias de inversión en opciones según los objetivos del inversor.

Material de consulta:

BERK, J.; DE MARZO, P. (2008): Finanzas corporativas. Ed. Pearson. Capítulo 20 y 21.

BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, A.J. (2004): Principios de inversiones. Ed. McGraw Hill. Capítulos 14 y 15.

BREALEY, R.; MYERS, S.; MARCUS, A. (2007): Fundamentos de Finanzas Corporativas. Ed. McGraw Hill. Capítulos 23 y 24.

HULL, J. (2002): Introducción a los mercados de futuros y opciones. Ed. Prentice Hall.

LAMOTHE, P.; PEREZ, M. (2006): Opciones financieras y productos estructurados. Ed. McGraw Hill.

PINDADO, J. (Director) (2012): Finanzas Empresariales, Ediciones Paraninfo, Madrid. Capítulo 7.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W. y JAFFE, J.F. (2012): Finanzas Corporativas. Ed. McGraw-Hill. Capítulo 22.

6. Metodología y plan de trabajo

El desarrollo del programa de la asignatura se realiza a través de actividades presenciales y no presenciales. La docencia presencial se basa en dos tipos de actividades: Clases expositivas y prácticas de aula, con sesiones semanales de hora y cuarenta y cinco minutos cada una.

Para el desarrollo de cada tema de la asignatura, se impartirá una sesión bajo la modalidad de lección magistral, en la que se proporcionará al alumno un primer contacto con el tema a tratar. Asimismo, en esta primera sesión se les facilitará una guía de trabajo sobre dicho tema, que incluirá análisis de casos, lecturas complementarias (artículos de naturaleza teórica y práctica) y objetivos de trabajo a desarrollar por el alumno, de forma individual y en equipo. El peso de cada una de estas fórmulas de trabajo dependerá del tema concreto a desarrollar en la sesión. En todo caso, se busca fomentar un aprendizaje práctico, para la adquisición de las competencias descritas con anterioridad. Este aprendizaje práctico se llevará a cabo mediante la realización de ejercicios y problemas, enfocados a profundizar en el estudio y conocimiento de las inversiones financieras, la búsqueda de información sobre activos financieros y la realización de trabajos individuales y en grupo sobre aspectos relativos a la gestión y toma de decisiones de inversión en activos financieros.

En este contexto, el plan de trabajo de las actividades presenciales es el siguiente:

- Clases expositivas: En estas clases se planteará la motivación general del tema y se dará una visión general de su parte teórica. Se apoyan con la utilización de medios audiovisuales. Los alumnos cuentan con una bibliografía básica y otra complementaria para adquirir los conocimientos teóricos.
- Prácticas de aula: En estas sesiones se resolverán cuestiones teórico-prácticas relacionadas con los conocimientos teóricos analizados en las clases expositivas. Tendrán un marcado carácter participativo, ya que los alumnos resolverán y discutirán cuestiones referidas a la medición de la rentabilidad y riesgo de las inversiones, la formación de carteras, la comprensión del efecto de la diversificación, la valoración de activos financieros, tanto de renta fija como de renta variable, y la utilización de los derivados en la gestión de carteras de inversiones financieras. En las clases prácticas se llevará a cabo el seguimiento de los trabajos en grupo, y se orientará sobre fuentes bibliográficas y lecturas recomendadas para complementar y ampliar conocimientos sobre aspectos específicos de la asignatura. Todo ello con mayor proximidad a los alumnos, prestando atención a la diversidad y dando cabida a su iniciativa e inquietudes, con el fin de mejorar su capacidad analítica y crítica.

El trabajo en clase ha de complementarse con las siguientes actividades no presenciales:

- Trabajo autónomo del estudiante, principalmente centrado en el estudio de los contenidos impartidos en clase y en la preparación de las prácticas de aula con antelación a la realización de las mismas.
- Trabajo en grupo sobre un tema o materia relacionada con los contenidos de la asignatura. Permitirá al alumno perfeccionar sus competencias y habilidades relacionadas con el trabajo en equipo, la búsqueda de información, análisis y síntesis de contenidos, argumentación y capacidad expositiva.

Los alumnos podrán acceder a los materiales docentes precisos para el desarrollo de estas actividades a través del Campus Virtual de la Universidad de Oviedo. Allí encontrarán a su disposición notas de clase, lecturas recomendadas, problemas, cuestiones prácticas y otros materiales relacionados.

El número de horas previsto para las actividades presenciales, como para las no presenciales aparece recogido en la siguiente tabla.

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,67	40,00
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	28	18,67	
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas			
	Prácticas clínicas hospitalarias			
	Tutorías grupales			
	Prácticas Externas			
	Sesiones de evaluación	4	2,67	
No presencial	Trabajo en Grupo	20	13,33	60,00
	Trabajo Individual	70	46,67	
Total		150		

mana	Clases presenciales	Trabajo no presencial
mana 1	Presentación de la asignatura. Tema 1 Organización prácticas	Estudio Tema 1 Lecturas prensa económica-bursátil.

Semana 2	Tema 2 (epígrafe 1) Discusión lecturas y ejercicios Tema 1 Comentario información bursátil	Estudio Tema 2 Preparación lecturas
Semana 3	Tema 2 (epígrafe 2 y 3) Resolución ejercicios tema 2	Estudio Tema 2 Preparación lecturas
Semana 4	Tema 2 (epígrafe 4) Práctica aula de informática	Estudio Tema 2 Trabajo cálculo rentabilidad y riesgo
Semana 5	Tema 2 (epígrafes 4, 5 y 6) Resolución ejercicios tema 2	Estudio Tema 2 Trabajo cálculo rentabilidad y riesgo
Semana 6	Tema 3 (epígrafes 1, 2 y 3) Resolución ejercicios tema 2	Estudio Tema 3 Lecturas tema 3
Semana 7	Tema 3 (epígrafes 4 y 5) y Tema 4 (epígrafe 1) Discusión lecturas tema 3	Estudio Tema 3 Resolución de casos propuestos.
Semana 8	Tema 4 (epígrafes 1, 2 y 3) Resolución ejercicios Tema 4	Estudio Tema 4 Búsqueda información análisis fundamental.
Semana 9	Tema 4 (epígrafe 4) y Tema 5 (epígrafes 1 y 2) Resolución ejercicios Tema 4	Estudio Tema 4 Trabajo análisis fundamental
Semana 10	Tema 5 (epígrafes 3 y 4) Resolución prácticas Tema 5	Estudio Tema 5 Trabajo análisis técnico
Semana 11	Tema 6 (epígrafes 1, 2 y 3) Resolución ejercicios Tema 6	Estudio Tema 6 Resolución de casos y ejercicios propuestos
Semana 12	Tema 6 (epígrafes 4 y 5) y Tema 7 (epígrafe 1 y 2) Resolución ejercicios Tema 6	Estudio Tema 6 Resolución de casos y ejercicios propuestos
Semana 13	Tema 7 (epígrafe 3) Resolución ejercicios Tema 7	Estudio Tema 7 Resolución de casos y ejercicios propuestos.
Semana 14	Conclusiones y repaso de la asignatura	Repaso general de la asignatura

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se basa en dos elementos:

1. **Evaluación continua**, mediante la cual se valorará el esfuerzo y trabajos desarrollados por el estudiante a lo largo del curso a través de diferentes tipos de actividades individuales. El peso en la calificación final es del 40%.
2. **Examen final**, que consistirá en una prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos adquiridos por el estudiante así como la capacidad para aplicarlos en la toma de decisiones de inversión. El peso de esta prueba en la nota final es del 60%.

Descripción de las actividades de evaluación continua:

La evaluación continua se basará en los siguientes elementos:

- La realización de una serie de pruebas de seguimiento sin previo aviso, en las que se preguntará sobre aspectos del tema que se esté tratando en la sesión en la que dicha prueba se realice y/o se planteará la resolución de un ejercicio práctico similar a los abordados en las clases prácticas. Por tanto, se plantearán cuestiones o ejercicios prácticos analizados en las sesiones inmediatamente anteriores, con los que se pretende evaluar el grado de seguimiento que los alumnos vienen realizando de forma continua de la asignatura. Por dicho motivo, se trata de pruebas no recuperables en las convocatorias extraordinarias donde se conservará la nota obtenida en estas pruebas de seguimiento realizadas sin previo aviso a lo largo de las sesiones de clase. Cada una de las pruebas tendrá una puntuación máxima de 1 punto, siendo el total de puntos posibles a obtener por este concepto de 2,5.

Cabe la posibilidad de ofrecer a los alumnos complementar los puntos acumulados en estas pruebas de seguimiento sorpresa, hasta el máximo de 2,5 puntos, con participaciones en clase.

- Trabajos en grupo: sobre temas o materias relacionadas con los contenidos de la asignatura que serán propuestas o acordadas con el profesor. Permitirá al alumno interactuar y discutir con otros estudiantes y así perfeccionar sus competencias y habilidades relacionadas con el trabajo en equipo, la búsqueda de información, análisis y síntesis de contenidos, argumentación y capacidad de comunicación. Concretamente, se plantearán a los alumnos dos trabajos en grupo que serán defendidos en las Clases Prácticas. El primer trabajo consistirá en un análisis de la rentabilidad y riesgo de un título del mercado bursátil español. El segundo trabajo tendrá por objetivo la aplicación de los conocimientos de Análisis Fundamental y Técnico vistos en los temas 4 y 5 de la asignatura. La máxima puntuación que cada alumno puede obtener es de 1,5 puntos y por la propia naturaleza de la actividad no es recuperable en las convocatorias extraordinarias.

La evaluación de los estudiantes que sigan el régimen de evaluación diferenciada consistirá en:

1. Examen final de la asignatura, con un peso del 60%
2. Realización de un conjunto de pruebas escritas complementarias, a realizar el mismo día del examen final, con un peso del 25%, en el que se plantearán actividades teóricas y prácticas adicionales, con un contenido y nivel de dificultad equiparables a las actividades de evaluación continua realizadas durante el curso.
3. Realización de una presentación oral, a efectuar preferentemente en un momento anterior al examen y que coincidiría con el desarrollo de esas actividades por el resto de alumnos, en el que el alumno deberá exponer dos trabajos, con un peso total del 15%, en el que el alumno presentará los análisis realizados respecto a las tareas previamente especificadas por el profesor y de contenido similar a los trabajos que han de realizar y exponer todos los demás alumnos en clase.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía Básica:

BERK, J.; DE MARZO, P. (2008): Finanzas corporativas. Ed. Pearson.

BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, A.J. (2004): Principios de inversiones. Ed. McGraw Hill.

BREALEY, R.; MYERS, S.; ALLEN, F. (2010): *Principios de Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw Hill.

BREALEY, R.; MYERS, S.; MARCUS, A. (2007): *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw Hill.

HULL, J. (2002): Introducción a los mercados de futuros y opciones. Ed. Prentice Hall.

LAMOTHE, P.; PEREZ, M. (2006): Opciones financieras y productos estructurados. Ed. McGraw Hill.

MARTINEZ ABASCAL, E.; GUASCH, J. (2002): Gestión de carteras de renta fija. Ed. McGraw Hill.

MURPHY, J. (2000): Análisis técnico de los mercados financieros. Ed. Eada Gestión.

PINDADO, J. (Director) (2012): Finanzas Empresariales, Ediciones Paraninfo, Madrid.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W.; JAFFE, J.F. (2012): *Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw-Hill.

Manuales de Prácticas:

GOMEZ, S.; GONZALEZ, V.M.; MENENDEZ, S. (2000): *Problemas de Dirección Financiera*. Ed. Civitas.

VALLELADO, E.; AZOFRA, V. (2002): *Prácticas de Dirección Financiera*. Ed. Pirámide.

Páginas financieras tipo en Internet:

Bolsas y Mercados Españoles (BME)	http://www.bolsasymercados.es
Bolsa de Madrid	www.bolsamadrid.es
Comisión Nacional del Mercado de Valores	www.cnmv.es
Sociedad de Bolsas	www.sbolsas.com

Banco de España	www.bde.es
Securities Exchange Commission (SEC)	www.sec.gov
Información Regulada Autoridades Financieras (Europa)	http://www.esma.europa.eu/page/oams
Yahoo Finanzas	http://es.finance.yahoo.com/
Google Finanzas	http://www.google.com/finance
Cinco Días	www.cincodias.com
Expansión	www.expansion.com
El Economista	www.eleconomista.es



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Diseño Organizativo		CÓDIGO	GADEMP01-3-007
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Obligatoria	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES	EMAIL			
García Canal Esteban	egarcia@uniovi.es			
PROFESORADO	EMAIL			
Lopez Mielgo Nuria	nlopez@uniovi.es			
Pérez López Susana	sperez@uniovi.es			
García Canal Esteban	egarcia@uniovi.es		(English Group)	
López Bayón Susana	sbayon@uniovi.es		(English Group)	

2. Contextualización

Diseño Organizativo es una asignatura obligatoria del módulo de Organización y Dirección, dentro de la materia de Dirección General. Esta asignatura persigue, por una parte, que el alumno comprenda el funcionamiento de las organizaciones empresariales, a fin de poder desenvolverse dentro de ellas; y, en tanto que futuro profesional de la dirección de empresas, que acceda a los conocimientos necesarios para orientar las decisiones sobre el diseño de la estructura organizativa y la gestión del cambio organizativo. Se trata de una asignatura que contribuye a desarrollar una visión global de los problemas de organización de las empresas y por esta razón conviene situarla en cursos avanzados, concretamente en el tercer curso de la titulación.

3. Requisitos

La asignatura exige que el alumno tenga unas nociones básicas de administración de empresas, a las que se accede una vez superada la asignatura obligatoria de primer curso "Economía de la Empresa".

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El principal objetivo de la asignatura es el presentar al alumno los conocimientos necesarios para la toma de decisiones relacionadas con la división del trabajo, la coordinación y el control dentro de las organizaciones. Lógicamente en esta asignatura damos una atención preferente a las organizaciones empresariales, dada la orientación de la licenciatura, aunque los conceptos y técnicas analizadas son válidos para todo tipo de institución.

A continuación se detallan las competencias y resultados de aprendizaje que se pretenden desarrollar con esta asignatura.

1. Competencias genéricas o transversales

- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Toma de decisiones.
- Capacidad Crítica y autocrítica.
- Trabajo en equipo.
- Capacidad para aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones.

2. Competencias específicas de la materia

- Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales.
- Diseñar la estructura organizativa de la empresa.
- Planificar y gestionar los recursos humanos de una organización.
- Diseñar y desarrollar proyectos empresariales.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

3. Resultados del aprendizaje

Los conocimientos impartidos en la asignatura permitirán al estudiante disponer de un conjunto de habilidades en su desempeño profesional, relacionadas con las siguientes capacidades:

- Capacidad para organizar equipos.
- Capacidad para identificar problemas de coordinación y de motivación dentro de una organización.
- Capacidad para interpretar la estructura organizativa de una empresa.
- Capacidad para identificar los principales problemas vinculados a los cambios organizativos, así como los pasos básicos a seguir para su implementación.

5. Contenidos

Esta asignatura aborda el estudio de los problemas más relevantes vinculados al diseño de la estructura organizativa de las empresas, así como a la gestión del cambio organizativo. Para ello, se sigue el siguiente programa de contenidos:

Programa sintético

BLOQUE I: INTRODUCCIÓN

TEMA 1.- Organizaciones y estructura organizativa

BLOQUE II: PARÁMETROS DE DISEÑO ORGANIZATIVO

TEMA 2.- Diseño de puestos

TEMA 3.- Diseño de la estructura departamental

TEMA 4.- Diseño de vínculos laterales

TEMA 5.- Descentralización

BLOQUE III: LA CONFIGURACIÓN DE LA ESTRUCTURA

TEMA 6.- Contingencias de la organización

TEMA 7.- Las configuraciones estructurales

TEMA 8.- El cambio organizativo

Programa detallado y objetivos de aprendizaje

BLOQUE I: INTRODUCCIÓN

TEMA 1.- Organizaciones y estructura organizativa

Contenidos:

- 1.1. Concepto y características de las organizaciones empresariales
- 1.2. La estructura organizativa y las partes de la organización

Objetivos:

El primer tema se ocupa de presentar los conceptos de empresa y estructura organizativa como paradigmas básicos de la organización económica. En concreto, presenta el concepto de empresa desde la perspectiva de la teoría económica y ofrece una visión panorámica básica del problema del diseño de la organización.

El alumno debe ser capaz de reconocer y describir los rasgos distintivos de las organizaciones

empresariales, así como sus principales funciones y elementos constitutivos, haciendo hincapié en sus mecanismos de coordinación.

Material de consulta:

Mintzberg, H. (1984): *La Estructuración de las Organizaciones*, 1ª ed., 1ª reimpresión (1990) Ariel, Barcelona. Capítulos 1 al 3, pp. 25-61.

BLOQUE II: PARÁMETROS DE DISEÑO ORGANIZATIVO

TEMA 2.- Diseño de puestos

Contenidos:

- 2.1. Introducción
- 2.2 Puestos no cualificados
- 2.3 Puestos profesionales
- 2.4 Cultura corporativa y diseño organizativo

Objetivos:

El segundo tema es el primero de una serie de cuatro dedicados específicamente al estudio de los parámetros de diseño organizativo. Así, estos temas pretenden presentar al alumno el conjunto básico de variables de diseño disponibles por los directivos para definir la organización formal. El alumno debe comprender cómo mediante la definición, evaluación y modificación de dichos parámetros, se define la estructura y se garantiza la efectividad de la empresa.

En particular, el tema 2 se ocupa de las variables relacionadas con el diseño de los puestos de trabajo y con el empleado: Grado de especialización del puesto, formalización del comportamiento y grado de preparación y adoctrinamiento de los empleados.

Material de consulta:

Mintzberg, H. (1984): *La Estructuración de las Organizaciones*, 1ª ed., 1ª reimpresión (1990) Ariel, Barcelona. Capítulos 4, 5 y 6, pp. 95-135.

Gómez Mejía L. R., Balkin D. B. y R. L. Cardy (2001): *Dirección y Gestión de Recursos Humanos*, 3ª ed. Prentice Hall, Madrid, Capítulo 2 (pp. 55-90).

TEMA 3.- Diseño de la estructura departamental

Contenidos:

- 3.1. Tamaño de las unidades departamentales
- 3.2. Criterios de agrupación

Objetivos:

El tema 3 es el segundo de los temas dedicados al estudio de los parámetros de diseño. Se ocupa de analizar el agrupamiento de los puestos de trabajo en sub-unidades empresariales y el tamaño

de dichas unidades. El alumno debe reconocer las principales alternativas existentes tanto para departamentalizar como para dimensionar las diferentes sub-unidades y comparar sus implicaciones organizativas (costes y beneficios) básicas.

Material de consulta (bibliografía básica):

Mintzberg, H. (1984): *La Estructuración de las Organizaciones*, 1ª ed., 1ª reimpresión (1990) Ariel, Barcelona. Capítulos 7 y 8, pp. 136-181.

TEMA 4.- Diseño de vínculos laterales

Contenidos:

- 4.1. La planificación y el control como parámetros de diseño de la estructura
- 4.2. Dispositivos de enlace

Objetivos:

Con el tema 4 se aborda el estudio del tercer grupo de parámetros de diseño, los denominados vínculos laterales. Se pretende que el alumno comprenda el funcionamiento de los sistemas de planificación y control y de los dispositivos de enlace, como mecanismos de coordinación inter-departamental alternativos a la supervisión directa facilitada por la cadena formal de mando. El alumno debe reconocer tales dispositivos y ser capaz de evaluar sus principales ventajas e inconvenientes, así como los procedimientos para su aplicación.

Material de consulta:

Mintzberg, H. (1984): *La Estructuración de las Organizaciones*, 1ª ed., 1ª reimpresión (1990) Ariel, Barcelona. Capítulos 9 y 10, pp. 182-217.

Kaplan, R. y D. Norton (2001): *Cuadro de mando integral*, Ed. Gestión 2000.

TEMA 5.- Descentralización

Contenidos:

- 5.1. Introducción
- 5.2. Tipos relevantes de descentralización

Objetivos:

El tema 5 es el último dedicado a los parámetros de diseño y centra la atención en un aspecto clave de la asignación de derechos de decisión dentro de la empresa: el grado de descentralización. El alumno debe comprender el trade-off existente entre la centralización versus descentralización del poder de decisión. También ha de ser capaz de identificar los principales tipos de descentralización existentes, qué efectos tienen sobre la estructura empresarial y bajo qué contextos son más factibles.

Material de consulta:

Mintzberg, H. (1984): *La Estructuración de las Organizaciones*, 1ª ed., 1ª reimpresión (1990) Ariel, Barcelona. Capítulo 11, pp. 218-251.

BLOQUE III: LA CONFIGURACIÓN DE LA ESTRUCTURA

TEMA 6.- Contingencias de la organización

Contenidos:

- 6.1. Edad y tamaño
- 6.2. Entorno
- 6.3. Sistema técnico y estructura organizativa

Objetivos:

Los temas 6 y 7 comprenden el último bloque del programa. A modo de síntesis, tienen por objetivo analizar las fuerzas que afectan al diseño organizativo y, asimismo, estudiar las formas estructurales básicas.

El tema 6 identifica los principales factores que inciden sobre la estructura. El alumno debe comprender que no existe una única forma organizativa efectiva para las empresas, sino que ésta debe ajustarse a las condiciones particulares del entorno empresarial. Así, debe ser capaz de identificar cuáles son las principales condiciones que influyen sobre la empresa (factores de contingencia) y cómo interactúan entre sí hasta configurar una organización eficaz y eficiente.

Material de consulta (bibliografía básica):

Mintzberg, H. (1984): *La Estructuración de las Organizaciones*, 1ª ed., 1ª reimpresión (1990) Ariel, Barcelona. Capítulos 12, 13, 14, 15 y 16, pp. 253-340.

Bibliografía complementaria:

Daft, R. L. (2005): *Teoría y Diseño Organizacional*, 8ª ed., Thomson, México, Capítulos 4, 7, 8 y 9.

TEMA 7.- Las configuraciones estructurales

Contenidos:

- 7.1. Estructuras burocráticas
- 7.2. Estructuras para la innovación
- 7.3. La organización de la empresa diversificada

Objetivos:

El tema 7 integra los conocimientos adquiridos en los temas anteriores, con la finalidad de presentar y evaluar las formas organizativas clásicas, así como otras configuraciones estructurales reconocidas en la literatura más reciente. El alumno debe entender cuál es el ajuste existente entre las variables de diseño distintivas de cada forma estructural y el medioambiente en el que son más adecuadas. No obstante, ha de comprender que estas formas estructurales son sólo modelos teóricos y, como toda simplificación de la realidad, no se ajustan perfectamente a las organizaciones empresariales conocidas. En este sentido, como resultado de los conocimientos adquiridos, el alumno debería ser capaz de reconocer e interpretar las posibles peculiaridades

estructurales de cualquier empresa.

Material de consulta (bibliografía básica):

Mintzberg, H. (1984): *La Estructuración de las Organizaciones*, 1ª ed., 1ª reimpresión (1990) Ariel, Barcelona. Capítulos 17 al 22, pp. 341-518.

Bibliografía complementaria:

Bueno, E. (2007): *Organización de Empresas. Estructura, Procesos y Modelos*, 2ª ed., Pirámide, Madrid, Capítulos 7, 8 y 9.

Galbraith, J., Downey D. and A. Kates (2002): *Designing Dynamic Organizations*, American Management Association (amacom), New York.

TEMA 8.- El cambio organizativo

Contenidos:

- 8.1. Introducción
- 8.2. Tipos de cambio
- 8.3. Implementación del cambio

Objetivos:

Uno de las constantes del diseño organizativo es que las organizaciones deben adaptar su estructura a los cambios en el entorno y en su propia estrategia. No obstante, como las organizaciones desarrollan resistencias al cambio, procede un estudio específico de este tema. En el tema se presenta una metodología para asegurar las posibilidades de éxito en la implementación de cambios organizativos.

Material de consulta (bibliografía básica):

Daft, R. L. (2005): *Teoría y Diseño Organizacional*, 8ª ed., Thomson, México, cap. 11.

Bibliografía complementaria:

Fernández Sánchez, E. (2010): *Administración de Empresas*, Paraninfo, Madrid, cap. 16.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente comprende actividades formativas tanto presenciales como no presenciales, desarrolladas a lo largo de las aproximadamente catorce semanas del primer semestre del curso académico. Las **actividades presenciales** se concretan en:

1. Clases expositivas

Las clases expositivas se dedican a la explicación y desarrollo de los principales contenidos teóricos de la asignatura. Esencialmente consisten en la presentación y el análisis por parte del profesor de los contenidos más relevantes y de aquéllos que entrañen mayor grado de dificultad en su aprendizaje. En este ámbito se incentivará la interacción con el estudiante durante la clase, promoviendo la realización de preguntas dirigidas tanto a los alumnos como al profesor. Se propone un manual básico de referencia y, en su caso, bibliografía complementaria, para la preparación y el seguimiento de los contenidos impartidos en las clases expositivas por parte del estudiante. Asimismo, los estudiantes

también dispondrán de material didáctico electrónico adicional, accesible a través del Campus Virtual de la Universidad de Oviedo.

2. Prácticas de aula

Las prácticas en el aula persiguen la implicación directa y activa del estudiante en el aprendizaje. Éstas consistirán en la exposición, resolución y/o discusión por parte de los alumnos, de una serie de tareas propuestas con antelación por el profesor. Las tareas podrán abarcar las siguientes actividades:

- Análisis de casos.
- Resolución de cuestiones y pruebas teórico-prácticas.
- Búsqueda y análisis de información actualizada (noticias de prensa, memorándums, memorias empresariales...) sobre cuestiones relacionadas con los contenidos de la asignatura.
- Presentación, discusión e ilustración práctica de contenidos concretos de la asignatura.
- Presentación y discusión de trabajos en grupo.

Para su correcto desarrollo, los profesores fijarán con la debida antelación las tareas a desarrollar en cada clase práctica. El estudiante deberá preparar por anticipado dichas tareas, con carácter obligatorio, antes del comienzo de cada clase. Dependiendo de la actividad a realizar, los profesores podrán solicitar a los alumnos que durante la clase preparen y entreguen por escrito, también con carácter obligatorio, la solución de toda o parte de la tarea que será objeto de discusión durante el resto de la sesión.

La información y el material didáctico relativo a las actividades prácticas se pondrán a disposición de los alumnos en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo.

En función de la calidad de sus exposiciones y participaciones en las prácticas de aula, la participación en las clases expositivas, así como de los comentarios por escrito recogidos en el aula, el alumno podrá obtener un máximo de 1 punto. En todo caso, la valoración de las participaciones siempre exigirá la presencia del alumno en el aula, ya que son el resultado de la discusión con el profesor y/o sus compañeros.

Hay que destacar que durante las clases prácticas también se desarrollarán, como parte de las pruebas de evaluación continua de la asignatura:

1. Las pruebas de seguimiento del rendimiento del alumno. Éstas tendrán carácter escrito y permitirán obtener un máximo de 2 puntos en la calificación de la evaluación continua.
2. La organización y presentación de los trabajos en grupo, que permitirán obtener un máximo de 1 punto en la calificación de evaluación continua. En todo caso, en función de la disponibilidad temporal y la evolución de la programación de la asignatura, dichas presentaciones también podrán realizarse durante las clases expositivas.

3. Sesiones de evaluación

A lo largo del semestre se realizarán actividades de evaluación en las sesiones de clases expositivas y en las prácticas de aula.

4. Otras actividades

Se propone a los estudiantes la asistencia a las conferencias y seminarios programados por la Facultad de Economía y Empresa y por el Departamento de Administración de Empresas, impartidos por expertos del mundo empresarial, de la Administración y/o de la Universidad, en diferentes materias relacionadas con la administración de empresas. Si bien esta actividad no está considerada como obligatoria dentro de la programación formal de la asignatura, puede constituir una fuente información y una herramienta complementaria de gran valor para la formación de los estudiantes.

Las **actividades no presenciales** se concretan en:

1. *Trabajo autónomo del estudiante*

Éste se puede clasificar en dos apartados: *i)* el estudio de los contenidos propuestos y analizados tanto en las clases expositivas como en las clases prácticas, y *ii)* la realización por anticipado de los trabajos y actividades propuestas para las prácticas de aula.

2. *Trabajo en grupo*

Los alumnos deberán preparar *un trabajo en grupo* que será presentado y defendido preferentemente en las sesiones prácticas. Dicho trabajo comprende las siguientes actividades: *i)* la búsqueda de información y el desarrollo del contenido (por escrito) de la actividad propuesta, y *ii)* La exposición y discusión oral de dicho trabajo en el aula, cuando sea requerida.

Actividad propuesta para el trabajo en grupo:

Análisis y diagnóstico de la estructura de una organización actual, de acuerdo con los parámetros de diseño organizativo y modelos estructurales que definen el contenido de la asignatura.

En función de la calidad del contenido del trabajo y de la presentación y defensa del mismo, así como del dominio demostrado en el manejo de los conceptos clave de la asignatura durante dicha presentación, el alumno podrá obtener un máximo de 1 punto en la calificación de la evaluación continua.

El Campus Virtual de la Universidad de Oviedo será el principal medio empleado para poner a disposición del alumno el material y la información necesarios para un correcto seguimiento de la asignatura. El correo electrónico (a través de las direcciones oficiales de *e-mail* facilitadas por la Universidad de Oviedo) se utilizará también como medio de comunicación complementario con los alumnos. De modo circunstancial, también se puede recurrir al servicio de fotocopias de la Facultad de Economía y Empresa para facilitar el acceso a documentación escrita.

Las siguientes tablas resumen la información básica sobre el contenido y planificación de la asignatura. Las dos primeras tablas recogen el número de horas estimadas para cada actividad formativa, distribuyendo el total de horas entre actividades presenciales y no presenciales (tabla 1) y, de modo más específico, distribuyendo las horas por temas y actividades formativas (tabla 2). La tercera tabla recoge el cronograma de actividades previstas por semanas. En todos los casos se trata de aproximaciones orientativas, de modo que pueden sufrir modificaciones en función del desarrollo efectivo de las clases en cada grupo de estudiantes y del horario particular de cada grupo.

Tabla 1

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18.67%	40%
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	28	18.67%	
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas	0	0	
	Prácticas clínicas hospitalarias	0	0	
	Prácticas Externas	0	0	
	Sesiones de evaluación	4	2.66%	

	Total Presencial	60		
No presencial	Trabajo en Grupo	15	10%	60%
	Trabajo Individual	75	50%	
	Total No presencial	90		

Tabla 2

Temas	Horas Totales	Clase expositiva	Prácticas de aula	Sesiones de evaluación	Total trabajo presencial	Trabajo en grupo	Trabajo autónomo	Total trabajo no presencial
T1 Organizaciones y estructura organizativa	19.5	4	4		8		11.5	11.5
T2 Diseño de puestos	23.65	4	5.25		9.25		14.4	14.4
T3 Diseño de la estructura departamental	14.95	4	2.25		6.25		8.7	8.7
T4 Diseño de vínculos laterales	19.5	4	4		8		11.5	11.5
T5 Descentralización	4.9	2	0		2		2.9	2.9
T6 Contingencias de la organización	14.95	4	2.25		6.25		8.7	8.7
T7 Las configuraciones estructurales	24.4	6	4		10		14.4	14.4
T8 El cambio organizativo	5.15	0	2.25		2.25		2.9	2.9
Análisis de una organización (trabajo en grupo)	19		4		4	15		15

Prueba final	4			4	4			
Total	150	28	28	4	60	15	75	90

Tabla 3

Semana	Tipo de actividad	Temática	Duración (horas)
1	Teórica	Teoría Tema 1	3.5
2	Teórica Práctica	Teoría Tema 1	1.75
		Práctica 1 / Organización trabajo en grupo	1.75
3	Teórica Práctica	Teoría Tema 2	1.75
		Práctica 2 / Cierre grupos de trabajo	1.75
4	Teórica Práctica	Teoría Tema 2	1.75
		Práctica 3	1.75
5	Teórica Práctica	Teoría Tema 3	1.75
		Práctica 4	1.75
6	Teórica Práctica	Teoría Tema 3	1.75
		Práctica 5	1.75
7	Teórica Práctica	Teoría Tema 4	1.75
		Práctica 6	1.75
8	Teórica Práctica	Teoría Tema 4	1.75
		Práctica 7	1.75
9	Teórica Práctica	Teoría Tema 5	1.75
		Práctica 8	1.75
10	Teórica Práctica	Teoría Tema 6	1.75
		Práctica 9	1.75
11	Teórica Práctica	Teoría Tema 6	1.75
		Práctica 10	1.75
12	Teórica Práctica	Teoría Tema 7	1.75
		Práctica 11	1.75
13	Teórica Práctica	Teoría Tema 7	1.75

		Práctica 12 / Presentación trabajos	1.75
14	Teórica Práctica	Teoría Tema 7 y 8	1.75
		Presentación trabajos	1.75

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de los resultados de aprendizaje consta de dos elementos:

1. Evaluación continua

A lo largo del semestre el alumno podrá obtener hasta 4 puntos a partir de las siguientes actividades:

- Se realizarán varias pruebas de seguimiento y comprensión de los contenidos analizados hasta el momento de realización de cada prueba. Como máximo se realizarán 3 pruebas, que en total permitirán obtener un máximo de **2 puntos** de evaluación continua. El profesor informará a los alumnos con la suficiente antelación de la fecha de realización de cada una de ellas. Éstas pueden adoptar dos modalidades, según el criterio del profesor:

Pruebas escritas, que podrán plantearse en cualquiera de las clases prácticas del semestre.

Cuestionarios implementados a través del Campus Virtual en cualquier momento del semestre, que el alumno deberá responder (mediante un único intento) en una ventana temporal y en un tiempo limitado fijado previamente por el profesor.

- Trabajo en Grupo. Se valorarán también los trabajos en grupo realizados por los alumnos, consistentes en el análisis y diagnóstico de la estructura de una organización actual. Dicho análisis se realizará de acuerdo con los parámetros que constituyen el contenido de la asignatura Diseño Organizativo y bajo las normas e indicaciones expuestas por el profesor. Se podrá obtener un máximo de **1 punto** por la realización y defensa de dicho trabajo. Se valorarán, además de la calidad del trabajo escrito, los siguientes aspectos de la presentación oral: i) la capacidad expositiva y la capacidad de síntesis, ii) la competencia y dominio del alumno en la aplicación de los conocimientos adquiridos al caso presentado, iii) su competencia lingüística para transmitir la información y discutir contenidos. Aunque se trate de un trabajo en grupo, los miembros de un mismo equipo pueden recibir calificaciones diferentes en función de su grado de implicación en el mismo, de la calidad de su presentación y del dominio demostrado durante la misma sobre los contenidos clave de la asignatura, así como de la declaración que hagan los miembros del equipo sobre la contribución individual de cada uno de sus integrantes al logro del trabajo final.
- Intervenciones en las clases expositivas y prácticas de aula. Se controlarán las intervenciones orales y la solución de ejercicios/cuestiones por escrito del alumno durante las clases expositivas y prácticas de aula. Dicha valoración exige la presencia del alumno en el aula. La máxima puntuación que se puede alcanzar a través de dichas participaciones es de **1 punto**.

2. Examen final

Una vez finalizado el semestre, se realizará un examen escrito tipo test sobre la totalidad de contenidos de la asignatura. La puntuación máxima de este examen es de 6 puntos. Para aprobar la asignatura, el alumno deberá obtener una puntuación mínima de 2 puntos sobre 6 posibles en el examen final.

Requisitos de evaluación

- Para superar la asignatura el estudiante debe obtener una calificación mínima de 5 puntos, suma de todas las puntuaciones obtenidas a través de la evaluación continua (pruebas de seguimiento y comprensión, trabajo en grupo e intervenciones en las clases expositivas y prácticas de aula) y del examen final.
- Asimismo, el alumno deberá obtener una puntuación mínima de 2 puntos sobre 6 posibles en el examen final.

Las pruebas de evaluación continua no son repetibles ni recuperables. La puntuación obtenida en la evaluación continua se tendrá en cuenta en las tres convocatorias del curso académico: enero (ordinaria), mayo (extraordinaria adelantada) y/o julio (extraordinaria).

Los alumnos que opten por no participar en las actividades de evaluación continua antes señaladas y que son evaluadas, necesariamente, a lo largo del curso, podrán superar la asignatura en cualquier convocatoria ordinaria o extraordinaria (o en la extraordinaria adelantada) obteniendo una calificación de, al menos, 5 puntos en el examen final. Dicho examen final les permitirá obtener una puntuación máxima de 6 puntos.

Cuadro resumen

Pruebas de evaluación	Peso en la calificación final (% ó puntos)
Evaluación continua <ul style="list-style-type: none">• Pruebas de seguimiento y comprensión• Trabajo en grupo• Intervenciones en las prácticas y en el aula	<ul style="list-style-type: none">• 2 (máximo)• 1 (máximo)• 1 (máximo)
Requisitos mínimos: Sí Para poder sumar la puntuación obtenida en la evaluación continua a la calificación global, es necesario obtener un mínimo de 2 puntos sobre los 6 posibles en el examen final. Con la excepción de las pruebas de seguimiento puntuales que los profesores decidan articular mediante cuestionarios abiertos en el Campus Virtual, el resto de pruebas de seguimiento escritas y actividades de evaluación continua se realizarán de forma presencial en el horario de las clases expositivas y las prácticas de aula.	
Examen Final Calificación máxima: 6 Obligatorio: Sí	6 (máximo)

Los estudiantes que se acojan a la **evaluación diferenciada** serán evaluados a través de un examen final específico, mediante el que obtendrán el 100% de su calificación.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica:

Mintzberg, H. (1984): *La Estructuración de las Organizaciones*, Ariel, Barcelona

Bibliografía complementaria:

Arruñada Sánchez, B. (1998): *Teoría Contractual de la Empresa*, 1º Ed. Marcial Pons, Barcelona.

Bueno, E. (2007): *Organización de Empresas. Estructura, Procesos y Modelos*, 2ª ed., Pirámide, Madrid.

Daft, R. L. (2005): *Teoría y Diseño Organizacional*, 8ª ed., Thomson, México.

Fernández Sánchez, E. (2010): *Administración de Empresas*, Paraninfo, Madrid.

Fuente Sabaté, J. M.; García-Tenorio, J.; Guerras, L. A. y J. Hernangómez (1997): *Diseño Organizativo de la Empresa*, Civitas, Madrid.

Galbraith, J., Downey D. and A. Kates (2002): *Designing Dynamic Organizations*, American Management Association (amacom), New York.

Gómez Mejía L. R., Balkin D. B. y R. L. Cardy (2001): *Dirección y Gestión de Recursos Humanos*, 3ª ed. Prentice Hall, Madrid.

Hodge, B. G., Anthony, W. P. y L. M. Gales (2003): *Teoría de la Organización. Un Enfoque Estratégico*, 6ª ed., Pearson, Madrid.

Jones, G. (2001): *Organizational Theory. Text and Cases*, 3ª ed. Prentice Hall.

Kaplan, R. y D. Norton (2001): *Cuadro de mando integral*, Ed. Gestión 2000.

Mintzberg, H. (1983): *La naturaleza del trabajo directivo*, ed. Ariel Economía, Barcelona.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Dirección Estratégica	CÓDIGO	GADEMP01-3-008
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Obligatoria	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
GONZALEZ-BUSTO MUGICA BEGOÑA	bbusto@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
GONZALEZ-BUSTO MUGICA BEGOÑA	bbusto@uniovi.es		
VENTURA VICTORIA JUAN BAUTISTA VICENTE	ventura@uniovi.es		
LOPEZ FERNANDEZ MARIA BEGOÑA	blopez@uniovi.es	(English Group)	
Alvarez Castaño Yolanda	yalvarez@uniovi.es		
Solís Rodríguez Vanesa Agustina	solisvanesa@uniovi.es		
MARTINEZ NOYA ANDREA	noya@uniovi.es	(English Group)	

2. Contextualización

Dirección estratégica forma parte de la materia Dirección General dentro del módulo Dirección y Organización previsto en el Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Oviedo.

El objetivo de la asignatura Dirección Estratégica es el estudio y análisis de la estrategia empresarial, con el fin de buscar una explicación a las diferencias en los resultados y posiciones competitivas entre empresas. Sus principales contenidos son: concepto de estrategia en los ámbitos corporativo, competitivo y funcional; elementos clave del análisis estratégico: análisis externo y análisis interno; posición competitiva de la empresa y potencial para obtener una ventaja competitiva sostenible; estrategias competitivas genéricas de liderazgo en costes y diferenciación como fuente de creación de valor; análisis de las dimensiones o límites de la empresa: estrategia de diversificación, internacionalización e integración vertical; descripción de las opciones estratégicas para la ampliación de los límites de la empresa: el crecimiento interno, las fusiones y adquisiciones y las alianzas estratégicas o acuerdos de cooperación.

3. Requisitos

Si bien no se han establecido requisitos previos para cursar esta asignatura, sería conveniente, por un lado, haber superado la asignatura "Economía de la Empresa" y disponer de conocimientos sobre microeconomía, contabilidad y organización, al tratarse de una asignatura que integra conocimientos sobre diferentes áreas funcionales para la toma de decisiones de contenido estratégico. En un sentido general tener conocimientos de informática y manejo de Internet a nivel de usuario así como leer documentación en inglés se considera de gran utilidad para el seguimiento de los contenidos más

prácticos de la asignatura.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias genéricas:

CG5: Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.

CG7: Capacidad para trabajar de forma autónoma.

CG8: Capacidad para trabajar en equipo.

CG11: Capacidad para tomar decisiones.

CG12: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

CG13: Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.

CG14: Iniciativa y espíritu emprendedor.

CG16: Capacidad de organizar y planificar.

CG19: Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

Competencias específicas:

CE5: Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales.

CE10: Realizar la planificación estratégica de la empresa.

CE19: Diseñar y desarrollar proyectos empresariales.

Resultados del aprendizaje:

RA1.2: Identificar los factores internos y del entorno que configuran la estrategia competitiva de la empresa.

RA1.5: Identificar las oportunidades y amenazas derivadas del entorno, tanto nacional como internacional, en el que se desenvuelven las empresas.

RA1.6: Valorar las alternativas estratégicas que una empresa puede seguir y seleccionar la más adecuada para cada negocio, tanto en el ámbito local como internacional.

RA1.9: Formular y desarrollar proyectos empresariales

5. Contenidos

Programa sintético:

Tema 1: Introducción a la estrategia empresarial

Tema 2: Análisis externo

Tema 3: Análisis interno: recursos y capacidades

Tema 4: Ventaja competitiva de la empresa

Tema 5: Estrategia corporativa: direcciones y vías de crecimiento

Programa detallado:

Tema 1: Introducción a la estrategia empresarial

1. Competir en un mundo cambiante
2. Concepto y niveles de estrategia
3. Identificación de objetivos
4. Modelo conceptual para el análisis estratégico

Tema 2: Análisis externo

1. Análisis del entorno genérico
2. Herramientas para el análisis del entorno genérico
3. Análisis del entorno específico : el modelo de las cinco fuerzas
4. Aplicaciones y limitaciones del modelo de Porter

Tema 3: Análisis interno: Recursos y capacidades

1. La empresa como conjunto de recursos y capacidades
2. Tipología de recursos y capacidades
3. De los recursos a la ventaja competitiva sostenible
4. Implicaciones estratégicas

Tema 4: Ventaja competitiva de la empresa

1. Concepto de ventaja competitiva sostenible

2. Creación de valor y ventaja competitiva
3. Matriz y frontera diferenciación–costes
4. Análisis de la ventaja por el lado de los costes y de la diferenciación

Tema 5: Estrategia corporativa: direcciones y vías de crecimiento

1. Introducción a la estrategia corporativa
2. Direcciones de crecimiento I: integración vertical
3. Direcciones de crecimiento II: diversificación e internacionalización
4. Vías de crecimiento

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente empleada en esta asignatura abarca actividades formativas **presenciales y no presenciales**.

Las **actividades presenciales** se desarrollan durante el segundo semestre, a lo largo de trece semanas. Conviene destacar que se concede gran importancia tanto a los contenidos teóricos como a los prácticos, tal como se observa en los criterios de evaluación. Estas actividades presenciales se concretan en las siguientes actividades formativas:

- Clases expositivas: para el desarrollo y explicación de los contenidos teóricos de la asignatura. Se basan fundamentalmente en la exposición y análisis por parte del profesor de los contenidos relevantes, si bien se promueve la interacción con el estudiante a través de preguntas efectuadas tanto por el profesor como por el alumno. Se propone un manual básico de referencia, que se ajusta en gran medida a los contenidos impartidos y que facilita el seguimiento de las clases expositivas, así como referencias bibliográficas complementarias. Asimismo, los estudiantes dispondrán de material electrónico para el seguimiento de las clases expositivas, al que podrán acceder a través del Campus Virtual de la Universidad de Oviedo. Por todo ello, la asistencia a las clases expositivas se considera imprescindible para un correcto seguimiento, comprensión y superación de la asignatura.
- Prácticas de aula: que permitirán aclarar y comprender el alcance práctico de los contenidos de la materia. Tienen un carácter marcadamente participativo, ya que se basarán en la discusión de casos, resolución de ejercicios prácticos y realización de debates, entre otras actividades. En estas sesiones los alumnos podrán elaborar y defender argumentos, así como resolver problemas o cuestiones básicas relacionadas con la dirección estratégica de la empresa.
- Actividades de evaluación: tendrán lugar a lo largo del semestre bien en las sesiones de clases expositivas o en las prácticas de aula. Se realizará un examen final de la asignatura.
- Otras actividades: Se propone a los alumnos la asistencia a conferencias o seminarios programados por la Facultad de Economía y Empresa y/o el Departamento de Administración de Empresas e impartidos por directivos de empresas o profesores universitarios expertos en diferentes materias relacionadas con la organización y dirección de empresas. Estas actividades, si bien no están incluidas en la programación formal de la asignatura como obligatorias, serán anunciadas a los estudiantes a fin de fomentar su participación en este tipo de actividades

transversales, que redundarán en su conocimiento de la realidad empresarial.

Las **actividades no presenciales** de esta asignatura comprenden las siguientes tareas:

- Trabajo autónomo del estudiante principalmente centrado en el estudio de los contenidos impartidos en las clases y en la preparación de las prácticas de aula con antelación a la realización de las mismas ya sean individuales o en grupo.

Los alumnos podrán acceder a los materiales docentes precisos para el desarrollo de estas actividades a través del Campus Virtual de la Universidad. Allí encontrarán a su disposición notas de clase, lecturas recomendadas, problemas, cuestiones prácticas y otros materiales relacionados. Esta plataforma también posibilita realizar foros de debate y consulta con el profesor. La comunicación con los alumnos se complementa finalmente con el correo electrónico y las web personales de los profesores.

A continuación se incluyen unas tablas con información relevante acerca de la asignatura. La segunda de ellas incluye un cronograma que detalla las actividades previstas por semanas. Se trata de una aproximación orientativa que puede ser modificada levemente en función del desarrollo efectivo de cada grupo de estudiantes.

		HORAS	PORCENTAJE	TOTAL
TRABAJO PRESENCIAL	Clases expositivas	28	18.6%	60
	Prácticas de aula	28	18.6%	
	Evaluación	4	2.6%	
TRABAJO NO PRESENCIAL	Trabajo en grupo	20	13.3%	90
	Trabajo individual	70	46.6%	
	Total	150		

Semana	Clases presenciales	Trabajo del estudiante
1	Presentación de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura Tema 1: Introducción a la estrategia empresarial	Revisión y lectura de la guía Estudio Tema 1
2	Tema 1:	Estudio tema 1 Preparación de prácticas tem
3	Tema 2: Análisis externo	Estudio Tema 2

4	Tema 2	Estudio Tema 2 Preparación de prácticas del tema 2
5	Tema 2	Estudio Tema 2 Preparación de prácticas del tema 2
6	Tema 3: Análisis interno: Recursos y capacidades	Estudio del tema 3
7	Tema 3	Estudio del tema 3 Preparación de prácticas del tema 3
8	Tema 4: Ventaja competitiva de la empresa	Estudio del tema 4
9	Tema 4	Estudio del tema 4 Preparación de prácticas del tema 4
10	Tema 4	Estudio tema 4 Preparación de la segunda evaluación continua
11	Tema 5: Estrategia corporativa: Direcciones y vías de crecimiento	Estudio tema 5
12	Tema 5	Preparación de prácticas del tema 5
13	Tema 5	Preparación de prácticas del tema 5 Repaso de toda la asignatura
PERÍODO DE EXÁMENES		Preparación del examen final

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación para valorar los resultados de aprendizaje anteriormente señalados consta de dos elementos:

Evaluación continua: A lo largo del semestre el estudiante podrá obtener hasta 4 puntos a partir de las siguientes actividades obligatorias:

- Se realizarán dos pruebas evaluativas de seguimiento y comprensión de las clases expositivas. Se tratarán pruebas programadas con la suficiente antelación que podrá plantearse en cualquiera de las clases del semestre. Las pruebas serán valoradas con un máximo de 3 puntos

en total.

- Participaciones en el aula, exposición individual razonada de la resolución de las actividades propuestas semanalmente y/o entrega de las mismas. La máxima puntuación que se puede alcanzar por este tipo de participación es 1 punto.
- *Examen final:* Una vez finalizado el semestre, se realizará un examen a desarrollar que incluye indistintamente cuestiones teóricas y prácticas. La puntuación máxima del examen es 6 puntos y, además del dominio de los contenidos de la asignatura, se valorará positivamente la utilización de un lenguaje técnico adecuado, así como la redacción y presentación.

La tabla recoge el sistema de evaluación del aprendizaje de esta asignatura, indicando las diferentes pruebas o actividades de evaluación y su peso en la calificación final. Para superar la asignatura el estudiante debe obtener una calificación de, al menos, 5 puntos, suma de todas las puntuaciones obtenidas a través de la evaluación continua y del examen final. La puntuación obtenida por el estudiante en la evaluación continua se tendrá en cuenta en las tres convocatorias del curso académico: mayo (ordinaria), julio (extraordinaria adelantada) y/o enero (extraordinaria).

Pruebas de evaluación	Peso en la calificación final (puntos)
<p>Evaluación continua</p> <p><i>Actividades obligatorias</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Discusión/exposición/entrega en las clases prácticas de la resolución de las tareas propuestas. • Dos pruebas evaluativas programadas de seguimiento y comprensión de las clases expositivas (3 puntos). <p>Requisitos mínimos: Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>Las actividades de evaluación continua se realizarán DE FORMA PRESENCIAL en el horario de las clases expositivas y prácticas de aula, por lo que se considera que la asistencia a clase es obligatoria.</p>	<p>1 (máximo)</p> <p>3 (máximo)</p>
<p>Examen final (a realizar en todas las convocatorias)</p> <p>Calificación máxima: 6 puntos; Calificación mínima exigida: 2 puntos imprescindible para superar la asignatura, independientemente de la calificación obtenida en las actividades de evaluación continua)</p> <p>Obligatorio: X Sí No</p>	<p>6 (máximo)</p>

Para superar la asignatura el estudiante debe obtener una calificación de, al menos, 5 puntos, suma de todas las puntuaciones obtenidas a través de la evaluación continua y del examen final, en el que es

necesario, además, obtener una puntuación mínima de 2 (sobre 6 puntos). Los alumnos que opten por no participar en las actividades de evaluación continua anteriormente señaladas y que son evaluadas, necesariamente, a lo largo del curso, podrán superar la asignatura en cualquier convocatoria (ordinaria, extraordinaria adelantada o extraordinaria) obteniendo una calificación de, al menos, 5 puntos en el examen final que se realizará en dichas convocatorias y que puntuará sobre un total de 6 puntos.

Para aquellos alumnos que sigan un proceso de evaluación diferenciada, la evaluación consistirá en un examen final sobre 10 puntos. El examen tendrá lugar en el mismo día y hora que el examen ordinario y comprenderá lo siguiente:

- 1) Las mismas cuestiones teórico/prácticas incluidas en el examen destinado a los alumnos que siguen el sistema de evaluación continua. Esta parte del examen se puntuará sobre un máximo de 6 puntos.
- 2) Una o dos cuestiones adicionales que puntuarán sobre un máximo de 4 puntos.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía Básica:

- **Manual de referencia de los contenidos generales de la asignatura.**

Ventura Victoria, J., 2008, *Análisis Estratégico de la Empresa*, Paraninfo Cengage Learning, Madrid.

Bibliografía Complementaria:

Grant, R. (2006): *Dirección Estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones*, Civitas, Madrid

Guerras, L.A. y Navas, J.E. (2007): *La dirección estratégica de la empresa: teoría y aplicaciones*, Civitas, Madrid

Besanko, D., Dranove, D., Shaefer, S. y Shanley, M. (2009): *Economics of Strategy*, Wiley and Sons

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Análisis de los Estados Financieros	CÓDIGO	GADEMP01-3-009
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Obligatoria	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
PEREZ MENDEZ JOSE ANTONIO	japerez@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Castro Pérez María Olga	ocastro@uniovi.es	(English Group)	
GARCIA DIEZ JULITA	julita@uniovi.es		
Andrés Suárez Javier	jdandres@uniovi.es		
ALVAREZ PEREZ MARIA BELEN	alvarezp@uniovi.es		
Robles Lorenzana Cristina	crobles@uniovi.es		
MORO PRIETO MARIA ANTONIA	mamoro@uniovi.es		
PEREZ MENDEZ JOSE ANTONIO	japerez@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura Análisis de los Estados Financieros se ubica en el módulo de Contabilidad, en la materia Contabilidad Financiera, según se indica en la memoria de verificación del Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE).

La Contabilidad es una materia fundamental en los estudios de ADE, dado que suministra información muy útil para la formación de juicios sobre la empresa al igual que para los procesos de toma de decisiones económicas, tanto desde el punto de vista de la dirección de la empresa, como por parte de terceros ajenos interesados en ella.

La asignatura Análisis de los Estados Financieros se imparte en el curso 3º del Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE), una vez que el alumno ha recibido docencia en cursos precedentes sobre Contabilidad Financiera (en la asignatura Introducción a la Contabilidad) y Contabilidad de Gestión (en la asignatura Contabilidad de Costes y Control de Gestión).

Como usuario de la información contable, el alumno ha de ser capaz de interpretarla adecuadamente para poder conocer la situación de la empresa que la ha elaborado, y de este modo tomar decisiones apropiadas respecto a ella. En este sentido, es importante destacar la indudable aplicación práctica de esta asignatura, ya que algunos perfiles profesionales propios del Graduado en ADE (analista de riesgos, analista de inversiones, auditor, director financiero, etc.) requieren conocimientos sobre análisis de la información financiera. Dado que la Contabilidad es el lenguaje de los negocios, cualquier ocupación profesional que implique el manejo de información contable hará muy conveniente el conocimiento de técnicas para su análisis.

3. Requisitos

Si bien no existen requisitos previos obligatorios, se considera de gran interés para el seguimiento de la

asignatura el repaso del contenido de la asignatura de primer curso Introducción a la Contabilidad.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las **competencias generales** que se trabajan con la asignatura Análisis de los Estados Financieros son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para trabajar en un contexto de carácter internacional.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.

Las **competencias específicas** que se trabajan en la asignatura son:

- Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica.
- Manejar e interpretar software específico para el tratamiento de datos.
- Elaborar y analizar la información contable interna y externa para el control de gestión y la toma de decisiones.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

Por su parte, los **resultados de aprendizaje** en que se concretan las competencias anteriores, tanto generales como específicas, que se pretende que alcancen los estudiantes a través de su trabajo en el desarrollo de la asignatura son:

- Comprender los conceptos contables básicos e interpretar los principios y criterios contables para aplicarlos en el registro y la valoración de las transacciones empresariales.
- Comprender la realidad económico-financiera del ciclo contable, calculando correctamente el resultado y elaborando los estados financieros que sintetizan la información.
- Tener un comportamiento ético aplicando las normas contables y el código deontológico que es de obligatorio cumplimiento por todos los contables.
- Interpretar adecuadamente las Cuentas Anuales de las empresas.
- Aplicar técnicas e instrumentos de análisis económico-financiero.
- Interpretar la información contable para obtener conclusiones válidas sobre la evolución económica y financiera histórica y futura de la empresa, a partir de casos reales.
- Valorar la gestión empresarial.
- Diagnosticar los diferentes problemas a los que se enfrenta una organización económica.
- Identificar y procesar los datos económico-financieros relevantes para la adopción de decisiones.

5. Contenidos

Seguidamente se presenta el programa abreviado de la asignatura.

Programa abreviado

Tema 1.- Introducción al Análisis de los Estados Financieros a través de un caso.

Tema 2.- Las Cuentas Anuales.

Tema 3.- El Balance.

Tema 4.- La Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Tema 5.- El Estado de Flujos de Efectivo.

Tema 6.- Análisis de la solvencia y liquidez de la empresa.

Tema 7.- Análisis de la rentabilidad empresarial.

A continuación se recoge el programa desarrollado de la asignatura, junto con los objetivos particulares para cada tema.

Programa desarrollado y objetivos por temas

Tema 1.- Introducción al Análisis de los Estados Financieros a través de un Caso.

1.1.- Introducción.

1.2.- Descripción del caso.

1.3.- Las Cuentas Anuales y sus relaciones.

1.4.- Cálculo e interpretación de indicadores de rentabilidad y solvencia.

1.5.- Formulación de un diagnóstico económico-financiero sobre la situación de la empresa.

Objetivo general del tema:

En este tema se realiza una introducción práctica a la asignatura a través de un caso sencillo para el

que se presentan y analizan las Cuentas Anuales.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Identificar los objetivos del Análisis de los Estados Financieros.
- Introducir las Cuentas Anuales.
- Conocer las principales relaciones que existen entre las distintas Cuentas Anuales.
- Introducir algunos indicadores de rentabilidad y solvencia.
- Introducir el diagnóstico económico-financiero sobre la situación de la empresa.

Tema 2.- Las Cuentas Anuales.

2.1.- Normas para la elaboración de las Cuentas Anuales.

2.2.- Las Cuentas Anuales según el Plan General de Contabilidad (PGC).

2.2.1.- El Balance.

2.2.2.- La Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

2.2.3.- El Estado de Flujos de Efectivo.

2.2.4.- El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto.

2.2.5.- La Memoria.

2.3.- Las Cuentas Anuales consolidadas.

2.4.- Las bases de datos con información contable para el análisis.

Objetivo general del tema:

En este tema se explican aspectos generales de las Cuentas Anuales según el PGC, introduciendo los conceptos y formatos de las mismas.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Presentar los formatos oficiales de las Cuentas Anuales.
- Introducir las Cuentas Anuales consolidadas.
- Describir el contenido de los estados contables que integran las Cuentas Anuales y la información que transmiten.
- Identificar distintas bases de datos para el análisis contable.

Tema 3.- El Balance.

3.1.- El Balance según el PGC.

3.2.- Activo.

3.3.- Patrimonio Neto.

3.4.- Pasivo.

3.5.- Consideraciones sobre el Balance para el análisis.

Objetivo general del tema:

En este tema se explican el formato y los criterios seguidos para la formulación del Balance según el PGC y se hace referencia a la información que transmite.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer el formato de Balance establecido en el PGC.
- Identificar e interpretar las partidas que integran el Activo.
- Identificar e interpretar las partidas que integran el Patrimonio Neto.
- Identificar e interpretar las partidas que integran el Pasivo.
- Identificar las limitaciones del Balance para el análisis.

Tema 4.- La Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

4.1.- La Cuenta de Pérdidas y Ganancias según el PGC.

4.2.- Resultado de explotación.

4.3.- Resultado financiero.

4.4.- Resultado del ejercicio.

4.5.- Consideraciones sobre la Cuenta de Pérdidas y Ganancias para el análisis.

Objetivo general del tema:

En este tema se explican el formato y los criterios seguidos para la formulación de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias según el PGC y se hace referencia a la información que transmite.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer el formato de Cuenta de Pérdidas y Ganancias establecido en el PGC.
- Identificar e interpretar las partidas de gastos e ingresos que determinan el resultado de explotación.
- Identificar e interpretar las partidas de gastos e ingresos que determinan el resultado financiero.
- Identificar e interpretar el resultado del ejercicio.
- Identificar las limitaciones de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias para el análisis.

Tema 5.- El Estado de Flujos de Efectivo.

5.1.- El Cash Flow como flujos de caja.

5.2.- El Estado de Flujos de Efectivo según el PGC. Formulación e interpretación.

5.3.- Utilidad de la información sobre flujos de efectivo.

5.4.- El Cash Flow como recursos generados.

Objetivo general del tema:

En este tema se explican el formato y los criterios seguidos para la formulación del Estado de Flujos de Efectivo según el PGC y se hace referencia a la información que transmite.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Identificar y calcular los cobros y pagos de la empresa en el período.
- Conocer y aplicar los métodos directo e indirecto para la presentación del Estado de Cash Flow.
- Formular el Estado de Cash Flow de acuerdo con lo establecido en la Norma Internacional de Contabilidad nº 7 (NIC 7) y en el PGC.
- Calcular e interpretar los flujos netos de tesorería de las actividades de explotación.
- Interpretar y valorar la situación financiera de la empresa con la ayuda de la información

- suministrada por el Estado de Cash Flow.
- Calcular e interpretar el concepto Cash Flow en la acepción de Recursos Generados.

Tema 6.- Análisis de la solvencia y liquidez de la empresa.

- 6.1.- Instrumentos para el análisis: porcentajes, ratios y diferencias.
- 6.2.- Análisis del equilibrio de la estructura financiera.
- 6.3.- Análisis del período normal medio de maduración de la empresa.
- 6.4.- Análisis del capital circulante (corriente).
- 6.5.- Técnicas y ratios para el análisis financiero.
 - 6.5.1.- Análisis financiero a corto plazo.
 - 6.5.2.- Análisis financiero a largo plazo.

Objetivo general del tema:

En este tema se explican distintos indicadores y técnicas para el análisis de la solvencia y liquidez de la empresa.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Identificar, valorar e interpretar las distintas situaciones financieras que se pueden encontrar en la empresa.
- Calcular y analizar el período normal medio de maduración de la empresa.
- Calcular y analizar el capital circulante (corriente) necesario, comparándolo con el capital circulante (corriente) real.
- Calcular e interpretar distintos ratios que miden la situación financiera de la empresa tanto a corto plazo como a largo plazo.

Tema 7.- Análisis de la rentabilidad empresarial.

7.1.- Análisis del resultado.

7.2.- Rentabilidades: económica y financiera.

7.3.- El apalancamiento financiero.

7.4.- Valor añadido: el Estado de Valor Añadido.

7.5.- Otros indicadores para el análisis económico.

Objetivo general del tema:

En este tema se explican distintos indicadores y técnicas para el análisis de la capacidad de la empresa para generar beneficios que remuneren los recursos empleados.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Interpretar los distintos resultados y márgenes de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Calcular y analizar la rentabilidad económica.
- Calcular y analizar la rentabilidad financiera.
- Calcular y analizar el apalancamiento financiero.
- Calcular e interpretar el valor añadido y su distribución.
- Calcular e interpretar otros indicadores utilizados para el análisis económico de la empresa.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de enseñanza-aprendizaje utilizada en la asignatura Análisis de los Estados Financieros se basa en la combinación de actividades presenciales y no presenciales, incentivando en todo caso la participación activa del alumno, mediante la introducción de elementos de diálogo y argumentación a lo largo de las clases, con la intención de evaluar su comprensión y seguimiento respecto a los temas explicados.

En esta disciplina la teoría y la práctica forman un conjunto perfectamente integrado, de tal forma que no es admisible el planteamiento de un método didáctico para el análisis contable sin tener en consideración la práctica como parte integrante del mismo, en la cual se intenta poner al alumno en contacto con la realidad y la confrontación de los conocimientos teóricos. Por este motivo, se realizan prácticas de aula que consisten en la discusión y resolución de ejercicios en los que los alumnos adquieren un papel activo, sedimentando así los conocimientos previamente adquiridos y detectando las dudas y lagunas que puedan surgir en su ejecución. Para la docencia y estudio de esta asignatura se utilizarán los siguientes manuales elaborados por los profesores y publicados por el Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo:

- Manual de Análisis de los Estados Financieros.
- Supuestos de Análisis de los Estados Financieros.

Además, en el Campus Virtual se ponen a disposición de los alumnos materiales docentes básicos para el seguimiento de las clases teóricas y prácticas, que serán complementados con las explicaciones de los profesores.

Se detalla a continuación la metodología de trabajo establecida para esta asignatura, la cual aparece clasificada en las actividades presenciales y no presenciales.

Actividades presenciales: 60 horas

- Clases expositivas. En ellas se presentarán los conceptos clave y los contenidos que deben

adquirir los estudiantes, acompañándolos de numerosos ejemplos. Estas clases son impartidas no necesariamente como lección magistral, sino procurando una participación activa del alumno en la dinámica de las mismas.

- Prácticas de aula. En ellas se resolverán ejercicios y supuestos relacionados con los contenidos teóricos, con el fin de que los alumnos afiancen su comprensión de la materia y desarrollen su capacidad para el análisis y la aplicación de los conocimientos adquiridos en las clases expositivas. Se incentivará la participación de los estudiantes, así como la comunicación entre los estudiantes y entre los estudiantes y el profesor.
- Sesión de evaluación. Prueba escrita teórica y práctica empleada en la evaluación del progreso del estudiante.

Actividades no presenciales: 90 horas

Las actividades no presenciales se basan en el trabajo autónomo del estudiante, consistiendo en la lectura previa de los materiales objeto de explicación en clase, la resolución antes de la clase de los supuestos y ejercicios planteados, el estudio de los contenidos explicados por los profesores, además de la revisión de materiales adicionales y de la preparación, en su caso, de los trabajos prácticos o actividades para discutir o entregar en las clases. También se incluye la preparación del examen final. Seguidamente se resumen las horas de cada actividad:

Modalidad		Horas	Totales
Presencial	Clases expositivas	28	60 (40%)
	Prácticas de aula	28	
	Evaluación	4	
No presencial	Trabajo individual	90	90 (60%)
Total		150	150

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Para valorar los resultados de aprendizaje se utilizará un procedimiento de evaluación continua más la realización de un examen final:

1. **Evaluación continua.** A través de ella se analizan las diferentes etapas por las que atraviesa el aprendizaje del alumno pudiendo obtenerse para las mismas resultados parciales. Este tipo de evaluación se articulará mediante la realización de varias pruebas objetivas de seguimiento a lo largo del curso. Con la evaluación continua se pretende evaluar el nivel de conocimientos y resultados de aprendizaje adquiridos por el alumno en cada momento del tiempo. Dado que el contenido de esta asignatura es acumulativo y es necesario ir demostrando a lo largo de todo el semestre que se va comprendiendo y asimilando la materia y que se van alcanzando determinados objetivos y resultados de aprendizaje, la evaluación continua no se puede repetir.
2. **Examen final.** Se trata de la valoración global realizada al final del proceso de aprendizaje, donde se cuantifica y evalúa dicho proceso mediante una calificación. Su finalidad básica será la de medir el nivel del alumno al término de la asignatura.

Sistema de calificaciones

En la convocatoria ordinaria la calificación final será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40%. En las convocatorias extraordinarias no se conservará la nota de la evaluación continua, realizándose un examen de 10 puntos, de los que el 40% corresponde a la recuperación de la evaluación continua. Es imprescindible realizar la evaluación continua en el grupo asignado oficialmente, tanto para las clases expositivas como para las prácticas de aula. La asignatura se considerará aprobada cuando la calificación

final obtenida sea igual o superior a cinco puntos (sobre 10).

Tabla resumen de la evaluación		
Convocatorias	Sistema de evaluación	Calificación final (puntos)
Ordinaria	Evaluación continua	Evaluación continua: máximo 4 puntos
	+ Examen final	Examen final: máximo 6 puntos
Extraordinarias	Examen final	Examen final: máximo 10 puntos

Evaluación de estudiantes a tiempo parcial con evaluación diferenciada

No obstante lo anterior, los estudiantes que sigan el régimen de dedicación a tiempo parcial, conforme al artículo 7 del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado, debidamente acreditados, podrán someterse a una prueba de evaluación única, que coincidirá en fecha con el examen final al que se ha hecho referencia anteriormente para el resto de los alumnos. La calificación máxima de la citada prueba será de 10 puntos, y se considerará superada la asignatura con un mínimo de 5 puntos en dicha prueba final y única.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica

ÁLVAREZ PÉREZ, B.; DE ANDRÉS SUÁREZ, J.; CÁRCABA GARCÍA, A.; CASTRO PÉREZ, O.; FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, E. GARCÍA CORNEJO, B.; GARCÍA DIEZ, J.; GARCÍA FERNÁNDEZ, R.; LORCA FERNÁNDEZ, P.; PÉREZ MÉNDEZ, J.A.; SUÁREZ ÁLVAREZ, E. (2014): Manual de Análisis de los Estados Financieros, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo.
ÁLVAREZ PÉREZ, B.; DE ANDRÉS SUÁREZ, J.; CÁRCABA GARCÍA, A.; CASTRO PÉREZ, O.; FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, E. GARCÍA CORNEJO, B.; GARCÍA DIEZ, J.; GARCÍA FERNÁNDEZ, R.; LORCA FERNÁNDEZ, P.; PÉREZ MÉNDEZ, J.A.; SUÁREZ ÁLVAREZ, E. (2014): Supuestos de Análisis de los Estados Financieros, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo.

Bibliografía complementaria

AMAT i SALAS, O. (2008): Análisis Integral de Empresas. Claves para un Chequeo Completo: desde el Análisis Cualitativo al Análisis de Balances, Bresca Editorial, S.L., Barcelona.
ARCHEL DOMENCH, P.; LIZARRAGA DALLO, F.; SÁNCHEZ ALEGRÍA, S.; CANO RODRÍGUEZ, M. (2015): Estados Contables. Elaboración, Análisis e Interpretación, Pirámide, Madrid.
CABAL GARCÍA, E.; CUERVO HUERGO, J.C.; DE ANDRÉS SUÁREZ, J.; GARCÍA FERNÁNDEZ, V. (2014): Manual de Análisis Contable (Segunda Edición), Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo.
CORONA ROMERO, E.; GONZÁLEZ GARCÍA, J.R.; BEJARANO VÁZQUEZ, V. (2014): Análisis de Estados Financieros Individuales y Consolidados, Ediciones Académicas, Madrid.
DE JAIME ESLAVA, J. (2008): Las Claves del Análisis Económico-Financiero de la Empresa, ESIC Editorial, Madrid.
GONZÁLEZ PASCUAL, J. (2011): Análisis de la Empresa a Través de su Información Económico-Financiera. Fundamentos Teóricos y Aplicaciones, Pirámide, Madrid.
GONZÁLEZ PASCUAL, J. (2011): Análisis de la Empresa a Través de su Información Económico-Financiera. Aplicaciones Prácticas, Pirámide, Madrid.
GUTIÉRREZ VIGUERA, M. (2011): Análisis Contable para Directivos, CISS, Valencia.

PÉREZ-CARBALLO VEIGA, J.F. (2010): Diagnóstico Económico-Financiero de la Empresa, ESIC Editorial, Madrid.
RIVERO TORRE, P. (2009): Análisis de Balances y Estados Complementarios, Pirámide, Madrid.
RIVERO TORRE, P. (2012): Análisis de Balances y Estados Complementarios. Ejercicios resueltos y comentados, Pirámide, Madrid.
ROJO RAMÍREZ, A. (2011): Análisis Económico-Financiero de la Empresa. Un Análisis Desde los Datos Contables, Garceta, Madrid.

Legislación

Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad (BOE de 20 de noviembre).

Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas y los criterios contables específicos para microempresas (BOE de 21 de noviembre).

Real Decreto 602/2016, de 2 de diciembre, por el que se modifican el Plan General de Contabilidad aprobado por el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre; el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas aprobado por el Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre; las Normas para la Formulación de Cuentas Anuales Consolidadas aprobadas por el Real Decreto 1159/2010, de 17 de septiembre; y las Normas de Adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos aprobadas por el Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre (BOE de 17 de diciembre).

Enlaces web

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (AECA): <http://www.aeca.es>

BANCO DE ESPAÑA: <http://www.bde.es>

BASE DE DATOS SABI: <http://buo.uniovi.es>

COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES (CNMV): <http://www.cnmv.es>

INSTITUTO DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE CUENTAS (ICAC): <http://www.icac.meh.es>

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (IASB): <http://www.iasb.org>

REGISTROS MERCANTILES: <http://www.registradores.org>

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Dirección Comercial	CÓDIGO	GADEMP01-3-010
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Obligatoria	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Vázquez Casielles Rodolfo	rvazquez@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Vázquez Casielles Rodolfo	rvazquez@uniovi.es		
GONZALEZ ASTORGA FERNANDO	fernando@uniovi.es		
Trespalacios Gutiérrez Juan Antonio	jtrespa@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura *Dirección Comercial* se imparte en el 1er semestre del 3er curso del Grado de Administración y Dirección de Empresas (ADE) de la Universidad de Oviedo. La asignatura, de carácter obligatorio, forma parte del Módulo 4 *Marketing* y, concretamente, está integrada en la Materia 1: *Aspectos Fundamentales del Marketing*.

Una vez que el alumno dispone de una idea general de las actividades estratégicas del Marketing, objeto de la asignatura Fundamentos de Marketing, se presentan las distintas herramientas a través de las cuales la empresa se dirigirá a sus mercados: producto, distribución, precio y comunicación. El producto es el medio básico a través del cual la empresa intenta satisfacer al cliente, de ahí que los primeros temas de la asignatura estén destinados a exponer las principales decisiones que atañen a esta variable: decisiones sobre gama y línea de productos, decisiones sobre atributos de un producto (beneficios básicos, aspectos formales y aspectos añadidos), ciclo de vida de los productos, diseño y desarrollo de nuevos productos, y eliminación de productos. Los canales de distribución, considerados como un conjunto de funciones y/o instituciones que contribuyen a que el producto esté disponible cómo, dónde, y cuándo quiera el cliente, proporcionan a éste utilidades de forma, tiempo, lugar y posesión. Resulta, por tanto, necesario realizar una primera aproximación a la problemática asociada al diseño y selección del canal de distribución (decisiones de longitud, intensidad y multiplicidad) y a la gestión de las relaciones internas en el canal de distribución. También se justifica el papel que desempeña el precio como instrumento comercial, se especifican los procedimientos básicos de fijación de precios (métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda), y se analizan las estrategias de fijación de precios. Finalmente, se proporciona al alumno una visión general de las técnicas de comunicación comercial y las principales características que presentan la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas, la venta personal y el marketing directo, incidiendo sobre diversos temas de actualidad relacionados con las estrategias de marketing online, comunicación digital, y campañas de marketing en móviles.

Los contenidos de esta asignatura serán complementados de modo obligatorio en el 3er curso del Grado de ADE con los de la asignatura *Investigación de Mercados* (2º semestre). Adicionalmente, aquellos estudiantes que deseen fortalecer su formación en la materia de las *Políticas de Marketing*, tendrán la posibilidad de escoger como optativas en 4º curso las asignaturas de *Distribución Comercial y Comercio Electrónico* (1er semestre) y *Comunicación Comercial* (2º semestre).

3. Requisitos

No se establece al estudiante ningún requisito previo obligatorio para cursar esta asignatura. Sin embargo, se recomienda que el estudiante haya superado la asignatura de *Fundamentos de Marketing* de

2º curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo central de la asignatura *Dirección Comercial* es profundizar en el estudio de los instrumentos de los que dispone el Marketing para diseñar las acciones que hagan posible alcanzar los objetivos comerciales previstos (cualitativos y cuantitativos) y atender las necesidades y deseos de los segmentos de mercado a los que se dirige la empresa mediante una estrategia de diferenciación y posicionamiento eficiente. De modo específico, este objetivo central se concreta en:

- a. Conocer y analizar las estrategias y actividades de Marketing en materia de producto, distribución, precio y comunicación.
- b. Transmitir a los estudiantes que todas estas estrategias y actividades son interdependientes y que han de estar perfectamente coordinadas para poder establecer y mantener relaciones satisfactorias y rentables con los clientes.

A continuación, en función de los objetivos establecidos, se delimitan las competencias genéricas y específicas a trabajar en la asignatura, así como el resultado esperado del proceso de aprendizaje por parte del alumnado.

Las **Competencias Genéricas** que se trabajan en la asignatura son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Contar con valores y comportamientos éticos.
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.
-

Por su parte, las **Competencias Específicas** son las siguientes:

- Formular planes de marketing: comprender conceptos y actividades de marketing estratégico y operativo.
- Diseñar y desarrollar proyectos empresariales.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial (concretamente, del ámbito de las decisiones de Marketing-mix) a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.
-

Finalmente, respecto al **Resultado del Aprendizaje** cabe decir que al finalizar la asignatura el estudiante deberá ser capaz de:

- Adoptar decisiones adecuadas respecto a las variables del marketing mix.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados en materia de producto, distribución, precio y comunicación.
- Desarrollar actividades de Marketing de Relaciones y elaborar Programas de Fidelización.

5. Contenidos

1 Programa sintético

Tema 1.- Estrategias y decisiones sobre productos y servicios.

Tema 2.- Innovación, diseño y desarrollo de nuevos productos.

Tema 3.- Estrategias y decisiones de distribución comercial.

Tema 4.- Estrategias y decisiones de precios.

Tema 5.- Diseño de estrategias de comunicación.

Tema 6.- Estrategias de marketing online y comunicación digital.

2. Programa detallado y objetivos generales y específicos de aprendizaje

Tema 1.- Estrategias y decisiones sobre productos y servicios

1. Concepto de producto: atributos del producto.
2. Decisiones sobre gama-línea de productos.
3. Beneficios básicos, marca-logotipo y packaging.
4. Servicios añadidos, imagen y posicionamiento.

Objetivos generales del tema:

El producto es el medio básico a través del cual la empresa intenta satisfacer al cliente, de ahí que lo tomemos como un punto de partida en el Tema 1. A lo largo del mismo se pretende que los alumnos se acostumbren a definir un producto desde el punto de vista de las satisfacciones y del valor que es capaz de proporcionar al cliente y no como un mero conjunto de aspectos tangibles o técnicos. En este sentido, la explicación comenzará clasificando los diferentes tipos de atributos que integran un producto. Posteriormente se comentan las decisiones sobre líneas de productos en cuanto a amplitud, profundidad, modificación, diferenciación y diversificación. A continuación, se abordarán los aspectos relativos a los beneficios básicos de un producto (decisiones en cuanto a calidad, tamaño y cantidad) y la identificación del mismo mediante su diseño y forma, la marca (nombre de marca y logotipo) y el packaging (envase, embalaje, envoltorio y etiqueta). Finalmente se analizarán los servicios añadidos (entrega, formación, garantía, financiación, post-venta, mantenimiento, instalación). Este análisis se completa, al término del capítulo, con el estudio de la imagen, identidad, posicionamiento y diferenciación de productos y marcas.

Dificultades para el alumno: la principal dificultad con la que pueden encontrarse los alumnos reside en plantear un concepto de producto centrado en el consumidor. Esta idea supone que las personas compran los productos no por sí mismos (sus atributos físicos) sino por los problemas que resuelven. Sólo desde esta perspectiva se puede dar respuesta a las dos preguntas fundamentales que se plantea una empresa: ¿qué es lo que vendemos?, ¿en qué negocio estamos?

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- Atributos tangibles, intangibles y subjetivos.
- Atributos funcionales, de identificación y simbólicos.
- Productos genéricos, esperados y complementarios.
- Calidad objetiva y percibida de un producto.
- Estrategia de marca única y múltiple.
- Características de un nombre de marca.
- Modalidades de logotipo.
- Diseño de etiquetas para obtener una ventaja competitiva.
- Diferenciación y posicionamiento.

2. Analizar las ventajas e inconvenientes de la estrategia de marca adoptada por un fabricante.

3. Establecer las funciones que cumple el envase y su importancia como instrumento comercial.

4. Conocer las funciones de la etiqueta como instrumento comercial.

5. Plantear alternativas de diferenciación y posicionamiento a través del producto, los servicios y el personal.

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulo 7, pp. 160-191.

Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A., y Rodríguez-del Bosque, I.A. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Cívitas, Madrid, cuarta edición, capítulos 7 y 8, pp. 231-286.

Tema 2.- Innovación, diseño y desarrollo de nuevos productos

1. Concepto de producto nuevo y causas de fracaso.
2. Generación de ideas, desarrollo, test y lanzamiento de nuevos productos.
3. Gestión del producto en su ciclo de vida: estrategias de relanzamiento.
4. Decisiones de eliminación de productos.

Objetivos generales del tema:

Todas las empresas deben preocuparse por desarrollar nuevos productos, aunque sólo sea por la razón de considerar que los productos tradicionales entrarán en algún momento en su fase de declive. Por ello, el Tema 2 se ocupa de la planificación de nuevos productos como un proceso en el que cabe identificar una serie de etapas concretas: generación de ideas, cribado de ideas, desarrollo y test de concepto, diseño de la estrategia de Marketing-mix y análisis económico y financiero, desarrollo del producto, test del producto, test de mercado, lanzamiento y comercialización del producto. Además, un producto experimenta una evolución desde que se lanza al mercado hasta que se retira. Se produce una sucesión de fases durante la permanencia del producto en el mercado, en las que van cambiando el comportamiento de la demanda y de la competencia. Esta evolución, conocida como el ciclo de vida del producto, condiciona el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y el diseño de la estrategia comercial a seguir. Por último, el alumno debe ser consciente que una empresa no vende, por lo general, un solo producto, sino un conjunto de varias líneas de productos. Así pues, es necesario adoptar una perspectiva global de las actividades de una empresa a la hora de tomar decisiones.

Dificultades para el alumno: necesidad de analizar los retos de Marketing más importantes de cada una de las fases del proceso de desarrollo de nuevos productos, así como diseñar las estrategias más apropiadas para tener éxito en cada una de las etapas del ciclo de vida del producto.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Producto nuevo.
 - Fuentes de ideas de nuevos productos.
 - Métodos para obtener nuevas ideas.
 - Desarrollo y test del concepto de producto.
 - Etapas a considerar en un test de mercado.
 - Estrategias de lanzamiento de nuevos productos al mercado.
 - Implicaciones estratégicas de las etapas del ciclo de vida de un producto.
 - Análisis y estrategias para la eliminación de productos.
2. Diseñar test o prueba de producto, de marca y de envase.
3. Plantear estrategias de relanzamiento del ciclo de vida basadas en el producto y en el mercado.
4. Identificar las variables clave a la hora de determinar la conveniencia de eliminar un producto de la cartera.

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulo 8, pp. 192-217.

Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A.; y Rodríguez-del Bosque, I.A. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, Madrid, cuarta edición, capítulo 9, pp. 287-314.

Tema 3.- Estrategias y decisiones de distribución

1. Distribución y canales de distribución: utilidades proporcionadas al cliente.
2. Los intermediarios y sus funciones.
3. Selección de canales de distribución: objetivos y diseño.
4. Relaciones internas del canal de distribución: colaboración, poder y conflicto.

El Tema 3 ofrece al alumno una visión general de las decisiones más importantes en materia de distribución, una variable de Marketing con carácter fundamentalmente estratégico. En primer lugar, se define a los canales de distribución como un conjunto de actividades para hacer llegar un producto desde el fabricante hasta el consumidor final, proporcionando al cliente utilidades de forma, tiempo, lugar y posesión. Seguidamente, el interés pasa a centrarse en los diferentes tipos de participantes en el canal de distribución, haciendo mención especial a los mayoristas y minoristas y proponiendo una relación de las principales funciones que los intermediarios pueden desempeñar. Todos estos conceptos permitirán abordar la problemática asociada al diseño del canal de distribución, especialmente los factores condicionantes del mismo y las decisiones de longitud, intensidad y multiplicidad. La gestión de las relaciones entre los miembros de un canal de distribución se aborda en el último epígrafe del tema profundizando en los conceptos de poder, liderazgo, conflicto, cooperación, satisfacción y resultados en el canal de distribución.

Dificultades para el alumno: hacer frente a la complejidad que supone desarrollar el gran número de decisiones que en materia de distribución ha de adoptar una empresa, y distinguir todas las alternativas que existen en el mercado en cuanto a formas comerciales y/o estructuras de canales de distribución.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Distribución y canal de distribución.
 - Actividades vinculadas con las utilidades de forma (cantidad y surtido), tiempo, lugar y posesión.
 - Factores condicionantes de diseño del canal de distribución.
 - Longitud del canal de distribución: canal directo e indirecto.
 - Clasificación del comercio mayorista y minorista.
 - Cobertura de la distribución: intensiva, selectiva y exclusiva.
 - Motivación de los miembros del canal: poder económico y no económico.
2. Diseñar los canales de distribución para diferentes tipos de empresas y categorías de productos.
3. Innovar y buscar una diferenciación basada en la selección de canales de distribución y en las relaciones que un fabricante puede mantener con un detallista.

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulos 10 y 11, pp. 250-288.

Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A., y Rodríguez-del Bosque, I.A. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, Madrid, cuarta edición, capítulos 10 y 11, pp. 317-379.

Tema 4.- Estrategias y decisiones de precios

1. El precio como instrumento de marketing: concepto e importancia.
2. Factores condicionantes en la decisión de fijación de precios.
3. Procedimientos de fijación de precios: coste, demanda y competencia.
4. Estrategias de fijación de precios.

Objetivos generales del tema:

Los aspectos básicos del precio aparecen recogidos en el Tema 4. Así, tras destacar el hecho de que por precio se debe entender todo tipo de sacrificios monetarios y no monetarios (tiempo empleado, esfuerzo realizado, riesgos percibidos) en los que incurre el cliente para hacerse con una determinada oferta, se justifica el papel que desempeña como instrumento comercial, y se enumeran los factores condicionantes de los que depende (los costes, el marco legal, el mercado, la competencia, los objetivos de la empresa, las partes interesadas, las elasticidades cruzadas, los restantes instrumentos de Marketing y el ciclo de vida del producto). Adicionalmente se especifican tres procedimientos básicos de fijación de precios (métodos basados en los costes, en la demanda y en la competencia), haciendo hincapié en el riesgo que para una empresa tiene recurrir únicamente a los costes. El tema finaliza con un análisis de estrategias de fijación de precios distinguiendo entre precios diferenciales, precios competitivos, precios psicológicos, precios para una línea de productos y precios de lanzamiento de nuevos productos.

Dificultades para el alumno: identificar y distinguir el gran número de alternativas y de posibilidades que

ofrece para una empresa la política de fijación de precios de sus productos, así como considerar todo un conjunto de factores, métodos y estrategias que han de tenerse en cuenta a la hora de determinar la cuantía del precio adecuado para la cartera de productos de la organización.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Precio desde el punto de vista de valor proporcionado al cliente.
 - Métodos de fijación de precios basados en los costes.
 - Métodos de fijación de precios basados en la demanda (elasticidad y valor percibido).
 - Métodos de fijación de precios basados en la competencia.
 - Estrategias de precios: fijos/variables, ofertas, rebajas, descuentos segundo mercado.
 - Estrategias de precios: primados, descontados, subastas, venta a pérdida, de prestigio, según valor percibido.
 - Estrategias de precios: pares/impares, cautivos, de paquetes de productos.
 - Estrategias de precios: de descremación, de penetración, dinámicos.
2. Evaluar los distintos factores condicionantes de la fijación de precios de cara a diseñar las estrategias de precios de una empresa concreta.
3. Diseñar estrategias de precios para categorías de productos o servicios.

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulo 9, pp. 218-249.

Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A.; y Rodríguez-del Bosque, I.A. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, Madrid, cuarta edición, capítulos 12 y 13, pp. 383-451.

Tema 5.- Diseño de estrategias de comunicación

1. Comunicación integrada de marketing: el mix de comunicación.
2. Concepto y objetivos de la publicidad: mensaje, medios y presupuesto.
3. Decisiones e instrumentos de promoción de ventas.
4. Relaciones públicas, venta personal y marketing directo.

Objetivos generales del tema:

El éxito de una empresa en el mercado no queda garantizado con la existencia de un producto adaptado a las necesidades de los clientes, distribuido de modo adecuado y con un precio competitivo y acorde al valor percibido. Es necesario, además, informar al mercado de la existencia y de las ventajas del producto en cuestión, así como estimular la demanda por medio de las acciones promocionales y de comunicación convenientes. Estas actividades son analizadas en el Tema 5. Su objetivo básico es proporcionar al alumno una visión general de las técnicas de comunicación comercial. Así, el tema se iniciará abordando qué es la comunicación comercial y cuáles son sus principales factores condicionantes. El siguiente paso consistirá en comentar las principales características que presenta la publicidad y analizar diferentes etapas para su puesta en práctica: establecer objetivos, diseñar el mensaje, análisis y planificación de medios, presupuesto publicitario y eficacia de la publicidad. A continuación se analizan las promociones de venta a distribuidores y consumidores y se define las relaciones públicas y sus modalidades. Posteriormente se reflexiona sobre diferentes decisiones vinculadas con la fuerza de ventas: planificación, organización y dirección. Finalmente, se analiza la importancia del marketing directo, los medios utilizados

y la respuesta que se puede solicitar.

Dificultades para el alumno: ser capaz de distinguir las características de los instrumentos de comunicación comercial, así como combinar las variables del mix de comunicación y desarrollar la estrategia de imagen, posicionamiento y comunicación global de una organización.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:
 - Comunicación comercial y sus objetivos.
 - Publicidad. Medios, soportes y formas publicitarias.
 - Promociones. Público objetivo y tipos de promoción.
 - Relaciones Públicas y mercado objetivo de ámbito interno y externo.
 - Decisiones sobre fuerza de ventas.
 - Características del Marketing Directo y medios utilizados.
2. Evaluar los distintos factores condicionantes de la estrategia y del mix de comunicación.
3. Diseñar el mix de comunicación para diferentes empresas y categorías de productos o servicios.

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulos 12 y 13, pp. 289-334.

Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A.; y Rodríguez-del Bosque, J.A. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, Madrid, cuarta edición, capítulos 14 a 17, pp. 435-556.

Tema 6.- Estrategias de marketing online y comunicación digital

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Estrategias de marketing 3.0: personalización y programas de fidelización.2. Marketing online: nuevos formatos y herramientas de comunicación digital.3. Campañas de marketing en móviles.4. La investigación del consumidor en los medios digitales. |
|---|

Objetivos generales del tema:

La utilización de Internet como medio de comunicación y canal de distribución ha ido pareja al cambio de los hábitos de consumo. El Marketing se ha visto sacudido por esta forma de hacer llegar los mensajes, ofertas y dar a conocer nuevos productos y servicios. El Marketing online es rico en posibilidades, existiendo una gran cantidad de herramientas y las alternativas técnicas y funcionales que permiten ejecutar acciones encaminadas a elaborar estrategias de Marketing-mix. Hay que tener claro desde el inicio qué queremos conseguir y seguir una metodología apropiada para escoger la mejor forma de lograrlo utilizando las herramientas adecuadas de comunicación digital, interactividad, personalización y fidelización de clientes. En este nuevo escenario surgen preguntas como: ¿qué papel debe jugar el medio online en el plan de comunicación, personalización de la oferta y fidelización de clientes?, ¿cuál es la mejor combinación de formatos y herramientas de comunicación digital online para llegar al público objetivo?, ¿cómo aprovechar las ventajas diferenciales que ofrecen estos formatos y herramientas para hacer llegar el mensaje a los consumidores?, ¿son necesarios nuevos perfiles profesionales?, ¿se debe gestionar y medir por los mismos criterios?. Este Tema 6 ayuda al estudiante a encontrar respuesta a

estas y otras preguntas complementarias.

Dificultades para el alumno: ser capaz de diferenciar las herramientas de comunicación digital y las características comerciales de los nuevos medios digitales, así como planificar actividades de marketing online para reforzar la imagen y posicionamiento de la empresa.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- Formatos estandarizados en marketing on line: formatos integrados y flotantes.
- Nuevos formatos en la web 2.0: *podcasting, videocast, wiki, microsites*.
- *Social media*: blogs, redes sociales y comunidades virtuales.
- *Community manager*.
- Marketing en buscadores: enlaces patrocinados.
- Marketing en distintas sedes web: marketing de afiliación.
- Herramientas del marketing móvil: *push* y *pull*.
- Aplicación a través del móvil de las técnicas de marketing directo.

2. Diseñar diversas campañas de estrategias de marketing en medios digitales para reforzar la imagen, el posicionamiento de la empresa y la fidelización de clientes.

Material de consulta:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall), capítulo 14, pp. 335-355.

Santesmases, M.; Merino, M.J.; Sánchez, J. y Pintado, T. (2011): *Fundamentos de Marketing*. Pirámide, Madrid, capítulos 13 y 14.

6. Metodología y plan de trabajo

1. Metodología docente

La metodología docente que se seguirá en el desarrollo de la asignatura *Dirección Comercial* combinará actividades formativas de carácter presencial y no presencial.

1. Actividades formativas de carácter presencial

1. *Clases expositivas*. Exposición del contenido y conceptos clave correspondientes a cada uno de los temas de la asignatura. Para ello se utilizarán las TIC, de cara a facilitar la difusión y comprensión de los aspectos teóricos y prácticos.
2. *Prácticas de aula*. Presentación y comentario oral por parte de los estudiantes de casos prácticos reales sobre noticias y lecturas vinculadas con la gestión de la estrategia comercial de la empresa. El profesorado planteará previamente el caso práctico a preparar para cada sesión, especificando preguntas o temas de discusión, y el alumno deberá presentarlo en grupo utilizando soporte informático. Se estimulará la participación del alumno, así como su capacidad de crítica y autocrítica.
3. *Trabajos de marketing-mix en grupo*. Reuniones con los estudiantes en las sesiones de prácticas establecidas a fin de tutorizar y apoyar la realización de un trabajo en grupo sobre la estrategia de marketing-mix de una idea de negocio emprendedora (una nueva empresa o una nueva línea de productos de una empresa actual). El trabajo se articulará mediante el diseño de las estrategias de producto, distribución, precio y comunicación. En las correspondientes sesiones de prácticas los grupos de estudiantes deberán presentar de modo oral y con soporte informático la evolución del trabajo a fin de favorecer su correcto desarrollo. El trabajo final se entregará por escrito con un Anexo donde se incluya la presentación en power point.

2. Actividades formativas de carácter no presencial

1. *Trabajo autónomo.* Trabajo del estudiante dedicado tanto a la resolución de los casos prácticos para su presentación oral de modo grupal en las prácticas de aula, como a la preparación de los contenidos del examen final de la asignatura.
2. *Trabajo de marketing-mix en grupo.* Este trabajo en grupo se centrará en el diseño de la estrategia de marketing-mix de una idea de negocio emprendedora (una nueva empresa o una nueva línea de productos de una empresa actual).

2. Plan de trabajo

1. Cronograma

SEMANA	ACTIVIDADES PRESENCIALES	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES
1	Presentación de la asignatura Clase expositiva. Tema 1 (I) Clase expositiva. Tema 1 (II)	Trabajo autónomo Tema 1 Casos y trabajo en grupo Tema 1
2	Clase expositiva. Tema 1 (III) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 1	Trabajo autónomo Tema 1 Casos y trabajo en grupo Tema 1
3	Clase expositiva. Tema 1 (y IV) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 1	Trabajo autónomo Tema 1 Casos y trabajo en grupo Tema 1
4	Clase expositiva. Tema 2 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 1	Trabajo autónomo Tema 2 Casos y trabajo en grupo Tema 2
5	Clase expositiva. Tema 2 (y II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 2	Trabajo autónomo Tema 2 Casos y trabajo en grupo Tema 2
6	Clase expositiva. Tema 3 (I) Práctica de aula. Trabajo en grupo	Trabajo autónomo Tema 3 Casos y trabajo en grupo Tema 3
7	Clase expositiva. Tema 3 (II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 3 Casos y trabajo en grupo Tema 3
8	Clase expositiva. Tema 3 (y III) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 3 Casos y trabajo en grupo Tema 3
9	Clase expositiva. Tema 4 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 4 Casos y trabajo en grupo Tema 4
10	Clase expositiva. Tema 4 (y II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 4	Trabajo autónomo Tema 4 Casos y trabajo en grupo Tema 4
11	Clase expositiva. Tema 5 (I) Práctica de aula. Trabajo en grupo	Trabajo autónomo Tema 5 Casos y trabajo en grupo Tema 5

12	Clase expositiva. Tema 5 (y II)	Trabajo autónomo Tema 5
	Práctica de aula. Casos prácticos Tema 5	Casos y trabajo en grupo Tema 5
13	Clase expositiva. Tema 6 (I)	Trabajo autónomo Tema 6
	Práctica de aula. Casos prácticos Tema 5	Casos y trabajo en grupo Tema 6
14	Clase expositiva. Tema 6 (II)	Trabajo autónomo Tema 6
	Práctica de aula. Trabajo en grupo	Casos y trabajo en grupo Tema 6
15	Clase expositiva. Tema 6 (y III)	Trabajo autónomo Tema 6
	Práctica de aula. Dudas y preguntas	Dudas y preguntas programa asignatura

2. Distribución de las modalidades de actividad por temas: número de horas

Temas	Horas totales	TRABAJO PRESENCIAL			TRABAJO NO PRESENCIAL
		Clase Expositiva	Prácticas de aula	Total	Trabajo autónomo (Casos prácticos y Trabajo en grupo)
Tema 1	30	6	6	12	18
Tema 2	22	5	5	10	12
Tema 3	25	5	5	10	15
Tema 4	28	5	5	10	18
Tema 5	20	4	4	8	12
Tema 6	21	3	3	6	15
Examen	4			4	
Total	150	28	28	60	90

3. Distribución de las modalidades de actividad por número (%) de horas

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7	60 (40%)
	Práctica de aula	28	18,7	
	Examen	4	2,6	
No presencial	Trabajo autónomo	90	60	90 (60%)
Total		150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se realizará a través de los siguientes métodos.

1. Evaluación continua. **La puntuación máxima asignada es de 4 puntos** (el 40% del total de la nota final). Se llevará a cabo a partir de los siguientes criterios:

1.1. Resolución, entrega y presentación (oral y/o en grupos de trabajo) de casos prácticos reales (teóricos y/o prácticos) sobre noticias y lecturas vinculadas a la gestión de las políticas comerciales de la empresa. La defensa y exposición de estos casos tendrá lugar de modo presencial en las prácticas de aula formalmente establecidas durante el periodo lectivo de la asignatura. **La puntuación máxima asignada es de 2 puntos** (el 20% del total de la nota final).

1.2. Realización durante el periodo lectivo de un trabajo en grupo sobre la estrategia de marketing-mix de una idea de negocio emprendedora (una nueva empresa o una nueva línea de productos de una empresa actual). El trabajo se centrará en el diseño de las estrategias y acciones de producto, distribución, precio y comunicación. El trabajo final se entregará por escrito, con un Anexo donde se adjunte la presentación en *power point*. Los grupos deberán exponer la evolución del trabajo en las clases prácticas establecidas durante el periodo lectivo. **La puntuación máxima asignada es de 2 puntos** (el 20% del total de la nota final).

1.3. Evaluación voluntaria realizada por los restantes miembros del grupo de trabajo al que esté adscrito el estudiante. Cada estudiante será evaluado al final del periodo lectivo por los restantes compañeros que integren su grupo de trabajo, que valorarán su participación e involucración con las actividades realizadas por el equipo a lo largo del curso (utilizando una escala de 10 puntos). La valoración que harán los estudiantes de sus compañeros únicamente se extenderá a cuestiones relacionadas con su participación en las tareas del grupo (asistencia a las reuniones, realización de su parte del trabajo), pero nunca abarcará una evaluación de los contenidos del trabajo de investigación o de la resolución de los casos prácticos, cuya valoración es responsabilidad exclusiva del profesor. Cada estudiante, adicionalmente, también aportará una valoración sobre su propio trabajo en el grupo. **Una valoración conjunta media menor de 5 puntos por parte de los compañeros del equipo penalizará la nota de la evaluación continua de ese estudiante en un 25% de los 4 puntos, es decir obtendrá un punto menos que la nota que corresponda a ese grupo por las actividades de evaluación continua.**

2. Examen final. **La puntuación máxima asignada es de 6 puntos** (el 60% del total de la nota final). Consta de dos partes.

2.1. Prueba de preguntas tipo test. **La puntuación máxima asignada es de 4,5 puntos** (el 45% del total de la nota final).

2.2. Resolución de un caso práctico. **La puntuación máxima asignada es de 1,5 puntos** (el 15% del total de la nota final).

A modo de síntesis, la siguiente tabla resume el sistema de evaluación:

Pruebas de evaluación	Peso en calificación final (puntos y %)
<p>Evaluación continua</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolución, entrega por escrito y presentación oral (individual y/o en grupos de trabajo) de casos prácticos: 2 puntos (20% del total) • Realización trabajo en grupo sobre la estrategia de marketing-mix de una idea de negocio emprendedora (nueva empresa o nueva línea de productos): 2 puntos (20% del total) • Evaluación voluntaria realizada por los restantes miembros del grupo de trabajo al que pertenezca el estudiante. La evaluación se limitará a cuestiones relacionadas con la participación del estudiante en el trabajo de investigación y casos prácticos, pero no a los contenidos. Una valoración conjunta media menor de 5 puntos por parte de los compañeros del equipo penalizará la nota de la evaluación continua de ese estudiante en un 25% de los 4 puntos. 	<p>4 puntos (40% del total)</p>
<p>Examen final</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prueba de preguntas tipo test: 4,5 puntos (el 45% del total) • Resolución de caso práctico: 1,5 puntos (el 15% del total) 	<p>6 puntos (el 60% del total)</p>

Requisitos de evaluación:

1. Para aprobar la asignatura, el alumno deberá obtener una puntuación mínima de 2 puntos sobre 6 posibles en el examen final.
2. La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40%, tal como se ha especificado. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

Sistema de evaluación de los estudiantes a tiempo parcial cuando tengan reconocida una evaluación diferenciada

La evaluación diferenciada de la asignatura *Dirección Comercial* se realizará a través de los siguientes métodos. En primer lugar, en concepto de EVALUACIÓN CONTINUA, el alumno deberá realizar durante el periodo lectivo, y tras la aprobación del profesor responsable, un trabajo individual sobre la estrategia de marketing-mix de una idea de negocio emprendedora (una nueva empresa o una nueva línea de productos de una empresa actual), de acuerdo con lo establecido en el punto 1.2 del apartado 7 de la Guía Docente. El trabajo deberá ser entregado (en formato Word+Power Point) y defendido oralmente en fecha acordada por el estudiante y el profesor. La puntuación máxima asignada al trabajo es de 2 puntos (el 20% de la nota final de la asignatura). En segundo lugar, el alumno deberá realizar el EXAMEN FINAL de la asignatura, de acuerdo con lo establecido en el punto 2 del apartado 7 de la Guía Docente (en este caso el examen tipo test tendrá una valoración máxima de 6 puntos y el comentario del caso una puntuación máxima de 2 puntos). Por tanto, la puntuación máxima asignada al examen final es de 8 puntos (el 80% de la nota final).

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Los principales recursos didácticos de la asignatura son: guía docente, programa de Dirección Comercial, presentaciones del profesor, casos prácticos, plan de desarrollo y estructura-guión del trabajo de investigación relativo a la estrategia de marketing-mix de una idea de negocio emprendedora (una nueva empresa o una nueva línea de productos de una empresa actual), documentación complementaria. Dichos recursos estarán disponibles en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo (www.campusvirtual.uniovi.es). Otro material para la preparación de la asignatura es el que se señala a continuación en forma de bibliografía básica y páginas web de referencia.

Manual de Referencia:

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). *Introducción al Marketing*. Pearson Education (Prentice Hall).

Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J. A. y Rodríguez-del Bosque, I. A. (2005): *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales*. Thomson Civitas, Madrid, cuarta edición.

Otros Manuales:

- Esteban, Á.; García de Madariaga, J.; Narros, M.J.; Olarte, C.; Reinares, E. y Saco, M. (2008): *Principios de Marketing*. Pirámide, Madrid, tercera edición.
- Lambin, J. J. (2003): *Marketing Estratégico*. ESIC Editorial, Madrid, primera edición.
- Lambin, J. J. (2009): *Dirección de Marketing*. Mc Graw Hill, segunda edición.
- Kotler, P. (2009): *Dirección de Marketing*. Prentice-Hall, duodécima edición.
- Maqueira, J.M. y Bruque, S. (2009): *Marketing 2.0. El Nuevos Marketing en la Web de las Redes Sociales*. Ra-Ma, Madrid.
- Martínez-Priego, C. (2012): *Quiero ser Community Manager*. ESIC editorial, Madrid.
- Molinillo Jiménez, S. (2012): *Distribución Comercial Aplicada*. ESIC editorial, Madrid
- Munuera, J.L. y Rodríguez, A.I. (2012): *Estrategias de Marketing. Un Enfoque Basado en el Proceso de Dirección*. ESIC editorial, Madrid, segunda edición.
- Santesmases, M. (2012): *Marketing. Conceptos y Estrategias*. Pirámide, Madrid, sexta edición.
- Santesmases, M.; Merino, M.J.; Sánchez, J. y Pintado, T. (2011): *Fundamentos de Marketing*. Pirámide, Madrid.
- Somalo, I. (2011): *Todo lo que Hay que Saber de Marketing Online y Comunicación Digital*. Wolters Kluwer.
- Stanton, W.J.; Etzel, M.J. y Bruce, J.W. (2007): *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill, 14ª edición.

*Páginas
referencia:*

web

de

- Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM):
www.aedem-virtual.com
- Asociación Científica de Dirección y Economía de la Empresa (ACEDE): www.acede.org
- Asociación Española Estudios Marketing y Opinión (AEDEMO): www.aedemo.es
- Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT): www.aecit.org
- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK): www.aemark.es
- Cátedra FRA Distribución Comercial: <http://catedrafundacionarecesdc.uniovi.es/>
- Distribución y Consumo: www.mercasa.es/publicaciones
- Harvard Deusto Marketing&Ventas: <http://www2.e-deusto.com/cdrevistasw/hdmv.htm>
- MarketingNews: www.marketingnews.es
- MarketingDirecto: www.marketingdirecto.com
- MK Marketing+Ventas: www.marketingmasventas.wke.es
- PuroMarketing: www.puromarketing.com
- Revista Emprendedores: www.emprendedores.es

Curso Cuarto

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Trabajo Fin de Grado		CÓDIGO	GADEMP01-4-001
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Trabajo Fin de Carrera	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
García Fernández Roberto		rgarfer@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
Alba Alonso José		jalba@uniovi.es		
Viñuela Jiménez Ana José		avinuela@uniovi.es		
Castellanos Val Luis Fernando		luiscastellanos@uniovi.es		
RODRIGUEZ GUTIERREZ MARIA DEL CAMINO		mcamino@uniovi.es		
RAMOS CARVAJAL MARIA DEL CARMEN		cramos@uniovi.es		
CUETO IGLESIAS MARIA BEGOÑA		bcueto@uniovi.es		
GALGUERA GARCIA LAURA		galguera@uniovi.es		
GUILLEN RODRIGUEZ ANA MARTA		aguillen@uniovi.es		
MENDEZ RODRIGUEZ MARIA DE LA PAZ		mpmendez@uniovi.es		
García García Jesús		jesgar@uniovi.es		
VAN DEN BROEK HANS PETER		hansvandenbroek@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura de Trabajo Fin de Grado (TFG), es una asignatura obligatoria de 6 créditos ECTS, que se cursa en la fase final del plan de estudios y está orientada a que el alumno demuestre que ha adquirido las competencias propias asociadas al Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE).

Las directrices que se establecen en la Universidad de Oviedo para el desarrollo de esta asignatura están recogidas en el *Reglamento sobre la Asignatura Trabajo Fin de Grado en la Universidad de Oviedo (RATFGUO)*, aprobado por acuerdo del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo del 28 de junio de 2012 (BOPA de 17 de julio de 2012).

3. Requisitos

Un estudiante podrá matricularse del TFG cuando le queden un máximo de 72 ECTS para finalizar la titulación y se matricule de todos los créditos básicos y obligatorios que le resten para finalizar. El estudiante tendrá derecho a examinarse de la asignatura de TFG en las convocatorias que se establezcan para las asignaturas de segundo semestre, siempre que haya superado todos los créditos

ECTS correspondientes a las asignaturas básicas y obligatorias de los cursos previos de la titulación.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo de la asignatura TFG consiste en verificar de forma integrada si el estudiante ha adquirido las competencias propias del Grado en ADE, tanto específicas como genéricas o transversales.

En general, y de acuerdo con la Memoria de Verificación del Grado en ADE, las competencias básicas del Grado en ADE son las siguientes:

1. Poseer y comprender conocimientos en los siguientes módulos:
 - a. Organización y Dirección
 - b. Contabilidad
 - c. Finanzas
 - d. Marketing
 - e. Análisis Económico
 - f. Entorno Económico
 - g. Métodos Cuantitativos
 - h. Marco Jurídico y Sistema Fiscal
 - i. Análisis Histórico y Social
 - j. Transversal
2. Saber aplicar en el contexto profesional los conocimientos adquiridos, disponiendo de las competencias que permiten elaborar y defender argumentos, y resolver problemas en el ámbito de las decisiones empresariales.
3. Capacidad para reunir e interpretar datos relevantes dentro del ámbito de la administración y dirección de la empresa, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas importantes de índole económica, social, científica o ética.
4. Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
5. Habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con alto grado de autonomía.
6. Transmitir el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, así como los valores de una cultura de la paz y de valores democráticos.

Las competencias genéricas del Grado en ADE relacionadas con la asignatura Trabajo Fin de Grado que menciona la Memoria de Verificación son las siguientes:

- CG1. Capacidad de análisis y síntesis.
- CG2. Capacidad de aprendizaje.
- CG3. Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- CG5. Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- CG6. Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- CG7. Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- CG10. Capacidad crítica y autocrítica.
- CG12. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- CG13. Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- CG16. Capacidad de organizar y planificar.
- CG19. Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- CG20. Contar con valores y comportamientos éticos.
- CG21. Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.
- CG22. Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.
- CG23. Integrar los principios de igualdad oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

Las competencias específicas del Grado en ADE relacionadas con la asignatura Trabajo Fin de Grado son todas aquellas que se correspondan con las materias vinculadas al tema del Trabajo junto con CE20 (transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado).

Finalmente, respecto al resultado del aprendizaje cabe decir que con el TFG el estudiante deberá ser capaz de:

RA10.1. Comprender y valorar con espíritu crítico opiniones de expertos sobre temas diversos de Economía y Empresa.

RA10.2. Integrar los conocimientos y competencias adquiridos en el Grado y aplicarlos en contextos profesionales concretos.

RA10.3. Definir y organizar los contenidos de un proyecto que integre los conocimientos y competencias adquiridos en el Grado.

RA10.4. Elaborar una memoria y defender en público de forma clara y coherente los resultados del Trabajo Fin de Grado.

5. Contenidos

El TFG supone la realización por parte del estudiante de un proyecto, memoria o estudio en el que demuestre de forma integrada que ha adquirido las competencias propias del Grado en ADE. Se trata de un trabajo personal y autónomo del estudiante, que llevará a cabo bajo la supervisión de un tutor, cuya función será orientar al estudiante en su elaboración y redactar el correspondiente informe de evaluación del trabajo realizado, previo a la defensa.

El TFG puede versar sobre cualquier contenido relacionado con las asignaturas del Grado en ADE.

Organización de la oferta de Trabajos de Fin de Grado y selección de los mismos

La oferta de temas-tutores para la realización del TFG se podrá realizar conforme a alguna de las alternativas siguientes:

1. Una vez conocido el número total de TFG a realizar el centro comunicará a cada departamento el número de estudiantes que deberá tutelar. El reparto de los estudiantes entre los departamentos se realizará en función del peso que tiene la oferta formativa de cada departamento (créditos ECTS) en el Grado en ADE. Cada departamento implicado remitirá al centro una relación de temas y tutores suficientes para cubrir el número de estudiantes asignado. Un mismo tema puede ser desarrollado por más de un estudiante, de forma individual o en grupo, si así lo considera el departamento. En el caso de TFG propuestos para ser desarrollados en grupo, se indicará el número de estudiantes que han de formar el grupo.

2. Se podrán aceptar propuestas adicionales presentadas por profesores de la titulación, con el visto bueno del departamento correspondiente, o sugeridas por los propios estudiantes. En este último caso, la propuesta deberá venir avalada por un profesor que se comprometerá a actuar como tutor con el visto bueno de su departamento.

3. El TFG podrá vincularse con la realización de la asignatura "Prácticas Externas" que realice el estudiante. En este caso, el trabajo contará con un tutor académico (que habrá de ser un profesor de un área de conocimiento con docencia en el Grado en ADE) y con un cotutor miembro de la institución, empresa u organización donde el estudiante se encuentre realizando las prácticas. Para ello, será necesario que exista un convenio de colaboración o de cooperación educativa con dicha institución. Será el alumno el que proponga el tema del trabajo contando con el aval del profesor y del cotutor miembro de la institución, así como el visto bueno del departamento al que pertenezca el profesor.

4. El TFG también podrá vincularse a la realización de un proyecto para una institución externa a la Universidad de Oviedo (ya sea una empresa, institución pública, u otro tipo de organización), aunque el estudiante no esté matriculado en la asignatura "Prácticas Externas" o, estándolo, no las realice allí. También en este caso podrá actuar como cotutor un miembro de dicha institución y será necesario que exista un convenio de colaboración o de cooperación educativa con esa institución. El tema podrá ser propuesto por la institución, el tutor académico y/o el estudiante, contando con el aval del profesor y del cotutor miembro de la institución, así como el visto bueno del departamento al que pertenezca el profesor.

5. Serán admisibles otras propuestas no recogidas en los cuatro apartados anteriores, siempre y cuando

cuenten con el visto bueno del Vicedecano competente en materia de Trabajos Fin de Grado, del profesor y del Departamento implicado.

De acuerdo con los criterios establecidos en el RATFGUO, el centro hará pública una relación de tutores-temas, el número de estudiantes que pueden escoger cada tema y los criterios de asignación. Para aquellos estudiantes que hubiesen ampliado su matrícula al TFG en el período establecido al efecto, se publicará un listado especial, con las mismas características que el anterior, en el que se podrán utilizar las tutelas que hayan quedado vacantes.

Los estudiantes deberán solicitar la asignación, por orden de preferencia, de todos los temas propuestos, siendo el centro el encargado de hacer una propuesta de asignación provisional, asumiendo, en la medida de lo posible, las preferencias puestas de manifiesto por los estudiantes. Si se produjesen situaciones de coincidencia en las preferencias de los estudiantes, se resolverán aplicando el criterio de mejor nota media de los respectivos expedientes académicos. En el caso de temas propuestos por los estudiantes, se garantizará su asignación a los respectivos proponentes. Cuando se trate de trabajos vinculados a la asignatura "Prácticas Externas", se garantizará su asignación a los estudiantes que se encuentren realizando dicha práctica. En cuanto a los trabajos vinculados a la realización de un proyecto para una institución externa, si es el estudiante el que lo propone (con los avales correspondientes), deberá igualmente garantizársele su asignación. Si, por el contrario, el trabajo viene propuesto por la institución y/o un profesor del Grado, el estudiante deberá solicitar la asignación del mismo dentro de su orden de preferencias, aplicándose la regla de la mejor nota de expediente si se produjeran situaciones de coincidencia.

Posteriormente, el centro publicará el listado provisional de las adjudicaciones en la página web y en los tabloneros oficiales del mismo. Con la publicación de ese listado provisional, el centro establecerá un período de reclamaciones tras el cual publicará el listado definitivo. Cualquier modificación posterior tendrá que ser decidida de común acuerdo por los estudiantes y profesores afectados y, en todo caso, siempre que el centro lo autorice y haga pública.

Si el estudiante no superase la asignatura en ese curso y se matriculase en el curso siguiente, no será necesario renovar esta adjudicación, salvo que el estudiante solicite cambiarla.

6. Metodología y plan de trabajo

La asignatura TFG tiene una carga de 6 créditos ECTS (150 horas). Las actividades formativas del TFG corresponden fundamentalmente a trabajo personal del estudiante. De acuerdo con la Memoria de Verificación del Grado, la presencialidad será del 10 % (15 horas), incluyendo en este cómputo tanto las tutorías desarrolladas con el tutor como otras actividades presenciales de carácter transversal programadas.

Tabla resumen

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Tutorías	4	2,7	10
	Actividades presenciales comunes de carácter transversal	11	7,3	
No presencial	Trabajo autónomo del estudiante	135	90	90

Total		150	100	100
--------------	--	-----	-----	------------

Las actividades presenciales con el tutor se llevarán a cabo, en general, de común acuerdo entre los tutores y los estudiantes.

Adicionalmente, durante el segundo semestre tendrán lugar las siguientes actividades presenciales comunes, que adoptarán la forma de tutoría grupal:

5 horas: Técnicas de comunicación oral y escrita

4 horas: Información sobre bases de datos y tratamiento de las mismas.

2 horas: Presentaciones de diapositivas.

Las fechas de estas actividades presenciales se publicarán junto con los horarios del resto de las asignaturas.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Formato y normas de presentación de la memoria

Previamente a cada convocatoria, se podrá habilitar un periodo de preinscripción para solicitar la defensa del TFG en esa convocatoria. La preinscripción no obligará a que el estudiante presente y defienda el TFG en dicha convocatoria, si así lo decide finalmente, aunque para poder defender el trabajo en ese momento deberá haberse preinscrito necesariamente, enviando el formulario web que se establezca para tal efecto.

Posteriormente, en los plazos que se establezcan en función del calendario académico, los estudiantes depositarán una copia del trabajo en formato pdf a través del repositorio web habilitado por la Universidad de Oviedo, siguiendo la guía de estilo del TFG de la Facultad de Economía y Empresa salvo en aquellos aspectos donde existan otros usos generalmente aceptados en la disciplina a la que pertenece el TFG. En la memoria no debe aparecer el nombre del tutor del trabajo. En la memoria se debe incluir un resumen en inglés del trabajo presentado. Los estudiantes no requerirán el visto bueno de los tutores para presentar y defender los TFGs.

Paralelamente, cada tutor deberá entregar un informe razonado sobre el trabajo tutelado, en el que constará su calificación del mismo, y que hará llegar a la Administración del Centro también a través de repositorio web al menos 10 días naturales antes de la defensa del TFG.

Formato del acto de presentación pública de los TFG

La defensa del TFG será realizada por los estudiantes de manera pública y presencial. Consistirá en la exposición pública del TFG en los espacios que la facultad reserve para tal fin. El estudiante tendrá que defender oralmente su trabajo ante un tribunal durante un tiempo no superior a 15 minutos y, a continuación, contestar a las cuestiones que planteen los miembros del tribunal.

La Facultad establecerá el día, hora y lugar de celebración de las defensas de los TFG y lo comunicará a todos los estudiantes y profesores afectados mediante su publicación en la página web y a través de los canales de información habituales.

Los tribunales encargados de la evaluación de los TFG estarán integrados por un mínimo de dos y un máximo de tres profesores adscritos a Áreas de Conocimiento con docencia en la Titulación. Corresponde al centro la organización de las sesiones de los tribunales y la designación de sus miembros. Los miembros del tribunal no podrán pertenecer todos a la misma área de conocimiento y, al menos, uno de ellos estará adscrito al área en la que se enmarque el trabajo.

Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación del aprendizaje de los estudiantes tendrá como criterio fundamental el nivel de adquisición integrada de las competencias propias del Grado en Administración y Dirección de Empresas. La calificación final obtenida por el estudiante se calculará en base al siguiente criterio:

Calificación de la memoria del TFG: Constituirá el 60% de la calificación total de la asignatura y recoge la evaluación del progreso seguido por el estudiante, de la calidad final del trabajo, de su adecuación a las competencias del grado, de la bibliografía utilizada y de la capacidad de expresión escrita del estudiante. Atendiendo a estos criterios, el tutor, en su informe, otorgará un máximo de 4 puntos, mientras que los miembros del tribunal concederán un máximo de 2 puntos.

Calificación de la presentación pública del TFG: Constituirá el 40% de la calificación total de la asignatura y será otorgada por los miembros del tribunal que evaluarán, entre otras, las competencias adquiridas en materia de comunicación oral y capacidades de debate y defensa del trabajo, así como la capacidad de síntesis del trabajo presentado.

Tabla resumen

Aspectos	Profesores que califican	Peso en la calificación final (%)
Memoria del TFG	Tutor (o tutores) del TFG	40%
	Miembros del Tribunal del TFG	20%
Defensa Pública del TFG	Miembros del Tribunal del TFG	40%

El tribunal evaluador de cada TFG redactará y firmará un acta en la que se hará constar el resultado de la evaluación, junto con la relación de estudiantes no presentados si los hubiera. El presidente del tribunal hará pública una copia del acta en el tablón oficial del centro correspondiente y remitirá el original a la Administración junto con los informes de valoración de cada estudiante evaluado cumplimentados por los miembros del tribunal.

Cada tribunal evaluador podrá proponer la concesión motivada de la mención de “Matrícula de Honor” a uno o varios TFG que haya evaluado y que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9. Esta motivación habrá de recoger los aspectos innovadores y de excelencia que, a juicio del tribunal, le hacen merecedor de la citada mención. La concesión de la mención de “Matrícula de Honor” estará supeditada a las proporciones previstas en el Reglamento sobre la Asignatura de TFG de la Universidad de Oviedo y a los criterios establecidos por la Comisión de Gobierno de la Facultad de Economía y Empresa.

De acuerdo con el *Reglamento de evaluación de los resultados del aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado* de la Universidad de Oviedo, el uso fraudulento del trabajo de otros como si del de uno mismo se tratara y con la intención de aprovecharlo en beneficio propio implicará la calificación de 0-Suspenso (SS) del TFG en la convocatoria correspondiente, ello con independencia de otras responsabilidades en que el estudiante pueda incurrir.

El centro procederá a la publicación de las notas provisionales antes del tercer día hábil después de la última sesión de defensa.

La revisión o reclamación de las calificaciones de los TFG se llevará a cabo de conformidad con los plazos previstos en la normativa en materia de evaluación de la Universidad de Oviedo, aunque en este caso, por tratarse de un tribunal, la revisión de la evaluación en primera instancia se realizará ante el mismo tribunal y, en segunda instancia, ante la Comisión de Gobierno del Centro u órgano en quien delegue, pudiendo solicitarse informe técnico al departamento al que esté adscrito el tutor del estudiante. Contra el acuerdo de la Comisión de Gobierno del centro cabrá interponer recurso de alzada ante el Rector.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Reglamento sobre la Asignatura Trabajo Fin de Grado en la Universidad de Oviedo, BOPA de 17 de Julio de 2012.

Guía de Estilo del Trabajo Fin de Grado elaborada por la Facultad de Economía y Empresa.

Plantillas de evaluación tutor y tribunal

CRONOGRAMA GENERAL

Fecha	Actividad
Una vez finalizado el periodo de matrícula	El centro comunicará a cada departamento el número de estudiantes que deberá tutelar

Durante el mes de octubre	El centro hará pública una relación de tutores-temas, el número de estudiantes que pueden escoger cada tema y los criterios de asignación
En las fechas que se establezcan	Los estudiantes solicitarán la asignación, por orden de preferencia, de todos los temas propuestos
Durante el mes de noviembre	El centro publicará el listado provisional de las adjudicaciones en la página web y en los tabloneros oficiales del mismo. Con la publicación de ese listado provisional, el centro establecerá un período de reclamaciones tras el cual publicará el listado definitivo
Durante el mes de marzo	Para aquellos estudiantes que hubiesen ampliado su matrícula al TFG en el período establecido al efecto, se publicará un listado especial con las mismas características que el anterior, en el que se podrán utilizar las tutelas que hayan quedado vacantes
Antes del periodo de depósito de los TFGs (convocatoria de junio)	Preinscripción para TFGs que se deseen defender en la convocatoria de junio
De acuerdo con el calendario lectivo	Los estudiantes depositarán una copia del trabajo en formato pdf a través del repositorio web habilitado por la Universidad de Oviedo
De acuerdo con el calendario lectivo	Defensa de TFGs de la convocatoria de junio
Antes del tercer día hábil después de la última sesión de evaluación	El centro procederá a la publicación de las notas provisionales de los TFGs correspondientes a la convocatoria de junio
Antes del periodo de depósito de los TFGs (convocatoria de julio)	Preinscripción para TFGs que se deseen defender en la convocatoria de julio
De acuerdo con el calendario lectivo	Los estudiantes depositarán una copia del trabajo en formato pdf a través del repositorio web habilitado por la Universidad de Oviedo
De acuerdo con el calendario lectivo	Defensa de TFGs de la convocatoria de julio
Antes del tercer día hábil después de la última sesión de evaluación	El centro procederá a la publicación de las notas provisionales de los TFGs correspondientes a la convocatoria de julio

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Prácticas Externas		CÓDIGO	GADEMP01-4-002
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	12.0	
PERIODO	Anual	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
RAMOS CARVAJAL MARIA DEL CARMEN		cramos@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL			

2. Contextualización

El objetivo perseguido con el desarrollo de las prácticas externas será permitir al estudiante la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en su formación académica, conocer la realidad empresarial y prepararle para el ejercicio de actividades profesionales, facilitando su incorporación al mercado de trabajo.

La asignatura de Prácticas Externas en el Grado de Administración y Dirección de Empresas forma parte del módulo 10 "Transversal" y tiene un carácter optativo con una carga de 12 créditos ECTS.

3. Requisitos

Normativa Básica

El Real Decreto 1707/2011, de 18 de noviembre, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios constituye la regulación básica estableciendo los objetivos de las prácticas, las entidades colaboradoras y los destinatarios, requisitos, tutorías y contenidos de los convenios de cooperación educativa de acuerdo a la legislación vigente en el marco del EEES.

Ningún alumno en disposición de obtener el título puede estar realizando esta asignatura pues carecería de la cobertura del Seguro Escolar

La existencia de un número limitado de prácticas conlleva que, en el caso de que el número de solicitudes sea superior al cupo establecido la selección y asignación de estudiantes a la asignatura Prácticas Externas se efectuará de la siguiente forma:

I) Tendrán preferencia los estudiantes que hayan superado la totalidad de las asignaturas básicas, obligatorias y optativas de los cursos anteriores al correspondiente a la asignatura de prácticas externas de que se trate.

II) Posteriormente, se situará el resto de los estudiantes.

Dentro de cada uno de los dos grupos, los estudiantes se ordenarán conforme a la nota media del expediente, en base 10.

En caso de empate, se seguirá un orden decreciente en función de la razón de créditos superados y créditos totales para obtener el título en el que se encuentren matriculados. De persistir el empate, se propondrá al alumno que haya obtenido un mayor número de matrículas de honor y sobresalientes y, de mantenerse, no obstante, a aquél que haya realizado un menor número de convocatorias extraordinarias.

Si no fuera posible determinar el orden con los criterios indicados, se efectuará la asignación mediante un sorteo.

La ordenación resultante será utilizada para la asignación de prácticas externas de forma que aquellos alumnos que renuncien a la práctica asignada pasarán al último lugar de dicha ordenación.

En caso de considerarlo necesario, las empresas podrán realizar un proceso de selección entre varios alumnos que cumplan los requisitos establecidos para realizar la práctica ofertada. Este proceso se llevará a cabo a través de INFOEMPLEO (o de la aplicación corporativa, o procedimiento que en su caso la sustituya), que permite a las empresas el estudio anónimo de los candidatos inscritos en su oferta. No obstante, en ningún caso se incumplirán los criterios de asignación anteriormente señalados con el fin de atender peticiones individualizadas de alumnos o empresas.

El proceso de selección deberá finalizar antes del inicio del segundo semestre. Finalizado el proceso, los estudiantes que no hayan sido admitidos en la asignatura de prácticas externas podrán anular la matrícula o bien matricularse de asignaturas optativas de segundo semestre de su titulación por una cantidad de créditos igual a las prácticas externas, sin coste alguno.

De forma complementaria y con la finalidad de hacer efectiva la realización de prácticas externas no sólo en el curso académico en el que se matricula la asignatura, la Universidad de Oviedo establece un procedimiento que permite a los alumnos realizar esta actividad contemplada en sus planes de estudio durante los meses de verano, autorizándose la incorporación al expediente académico de las prácticas externas voluntarias realizadas en el curso académico anterior (Resolución del Rectorado de la Universidad de Oviedo de 23 de abril de 2013 sobre realización e incorporación de prácticas externas correspondientes a dos cursos académicos). Los alumnos que concurran a las convocatorias de Prácticas Erasmus, se registrarán con carácter supletorio en cuanto a régimen de matrícula y superación académica en el marco de la asignatura "Prácticas Externas" a los plazos contemplados en la citada Resolución de 23 de abril de 2013.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las **Competencias Genéricas** que se trabajan en esta asignatura son las siguientes:

CG2, CG3, CG7, CG8, CG12, CG18, CG19, CG20, CG21, CG22, CG23.

CG2: Capacidad de aprendizaje.

CG3: Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.

CG7: Capacidad para trabajar de forma autónoma.

CG8: Capacidad para trabajar en equipo.

CG12: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

CG18: Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

CG19: Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

CG20: Contar con valores y comportamientos éticos.

CG21: Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.

CG22: Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.

CG23: Integrar los principios de igualdad oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

La **Competencia Específica** que se trabaja en esta asignatura es CE20 (Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito económico a un público tanto especializado como no especializado).

En cuanto a los Resultados del Aprendizaje, al finalizar la asignatura el estudiante deberá ser capaz de:

RA10.1: Comprender y valorar con espíritu crítico opiniones de expertos sobre temas diversos de Economía y Empresa.

RA10.2: Integrar los conocimientos y competencias adquiridos en el Grado y aplicarlos en contextos profesionales concretos.

RA10.3: Definir y organizar los contenidos de un proyecto que integre los conocimientos y competencias adquiridos en el Grado.

RA10.4: Elaborar una memoria y defender en público de forma clara y coherente los resultados del Trabajo Fin de Grado.

5. Contenidos

El objetivo perseguido con el desarrollo de las prácticas externas será permitir al estudiante la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en su formación académica, conocer la realidad empresarial y prepararle para el ejercicio de actividades profesionales, facilitando su incorporación al mercado de trabajo. Con este fin, las empresas o instituciones colaboradoras deben presentar una oferta de prácticas formativas en la que se especifiquen los objetivos y actividades profesionales de la práctica ofertada, tratando de garantizar la relación directa entre los contenidos de la misma y los estudios cursados. La gestión de las prácticas formativas en empresas se regirá de acuerdo al Reglamento de Prácticas Externas de la Universidad de Oviedo (BOPA nº 46 de 25 de febrero de 2009).

De acuerdo con el mencionado Reglamento, durante el período de prácticas el estudiante contará con la orientación, seguimiento y apoyo de dos tutores:

- a) Un tutor académico, asignado por la Universidad entre el profesorado adscrito a los departamentos con carga docente en el Grado. El tutor académico deberá realizar un seguimiento de las actividades realizadas por el alumno en la empresa y, al final del período de prácticas, debe emitir un informe de valoración de las mismas.
- b) Un tutor por parte de la empresa, entidad u organismo, que organizará las actividades formativas del alumno de acuerdo con el Centro y que emitirá, al finalizar el período de prácticas, un informe de valoración de la labor realizada por el estudiante en la empresa.

El contenido de esta asignatura se articula en dos tipos de actividades presenciales y no presenciales que se describen a continuación.

Actividades presenciales: 240 horas (80%)

– Actividades realizadas por el estudiante en una empresa, entidad u organismo, de carácter público o privado. Dado su carácter formativo, la realización de estas prácticas no supondrá, en ningún caso, relación laboral ni contractual, ni vinculación de otro tipo entre el estudiante y la empresa o entidad en la que se desarrollen las prácticas, dado que la naturaleza de las mismas es estrictamente académica.

– Actividades de coordinación y consulta con el tutor académico.

Actividades no presenciales: 60 horas (20%):

Trabajo autónomo del estudiante:

– Preparación de la Memoria final de descripción de la práctica realizada. Esta memoria debe incluir una descripción detallada de las tareas y trabajos desarrollados por el alumno, especificando la relación de estas actividades con los conocimientos adquiridos en el Grado.

– Cumplimentación del cuestionario de valoración de la práctica realizada

6. Metodología y plan de trabajo

La distribución de horas será, obligatoriamente, un 80% dedicado a la presencia del estudiante en la institución externa y un 20% de trabajo autónomo para la realización de la memoria.

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Prácticas Externas	240	80	
No presencial	Trabajo Individual	60	20	
	Total	300		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de las prácticas externas en el grado en Administración y Dirección de Empresas, se regirá por el Reglamento de Prácticas Externas de la Universidad de Oviedo (BOPA de 25 de febrero de 2009) que señala en su artículo 24 que el tutor académico evaluará las prácticas desarrolladas cumplimentando el correspondiente informe final que se basará en el informe del tutor de la entidad y en el seguimiento llevado a cabo junto con la memoria final entregada.

Memoria final.

Los alumnos habrán de entregar la memoria final al finalizar la práctica en un plazo máximo de 5 días naturales. Dicha entrega se hará [a](#) través del Campus Virtual siguiendo las instrucciones allí especificadas.

Además, al finalizar la práctica los alumnos cumplimentar un cuestionario de satisfacción donde valorarán distintos aspectos de las mismas. Tanto el cuestionario como el tratamiento de esta información están establecidos dentro del Sistema Interno de Garantía de Calidad del Título.

Informe del tutor de la entidad.

En el caso de aquellas prácticas externas que tengan una duración superior a 4 meses será preceptiva la entrega por parte del tutor de la entidad de un informe intermedio.

Dichos informes, final e intermedio, en el caso de ser preceptivo, están disponibles en la página web de la facultad y serán remitidos por correo electrónico a la siguiente dirección: fac.econo.practicas@uniovi.es. La fecha final para el envío de estos informes es 5 días tras la finalización de la práctica.

El tutor académico será asignado por el Decanato de la Facultad de Economía y Empresa y valorará la memoria final entregada en función de los criterios establecidos por los Vicerrectorados competentes en la materia así como por la propia Facultad de Economía y Empresa.

Para la obtención de la nota final se asigna un 80% al informe del tutor de la entidad y el 20% restante se corresponde con el seguimiento y valoración de la memoria final por parte del tutor académico.

La memoria final será entregada por el alumno a través del campus virtual y abarcará los siguientes aspectos:

- a) Datos personales del estudiante.
- b) Entidad colaboradora donde ha realizado las prácticas y lugar de ubicación.

c) Descripción concreta y detallada de las tareas, trabajos desarrollados y departamentos de la entidad a los que ha estado asignado.

d) Valoración de las tareas desarrolladas con los conocimientos y competencias adquiridos en relación con los estudios universitarios.

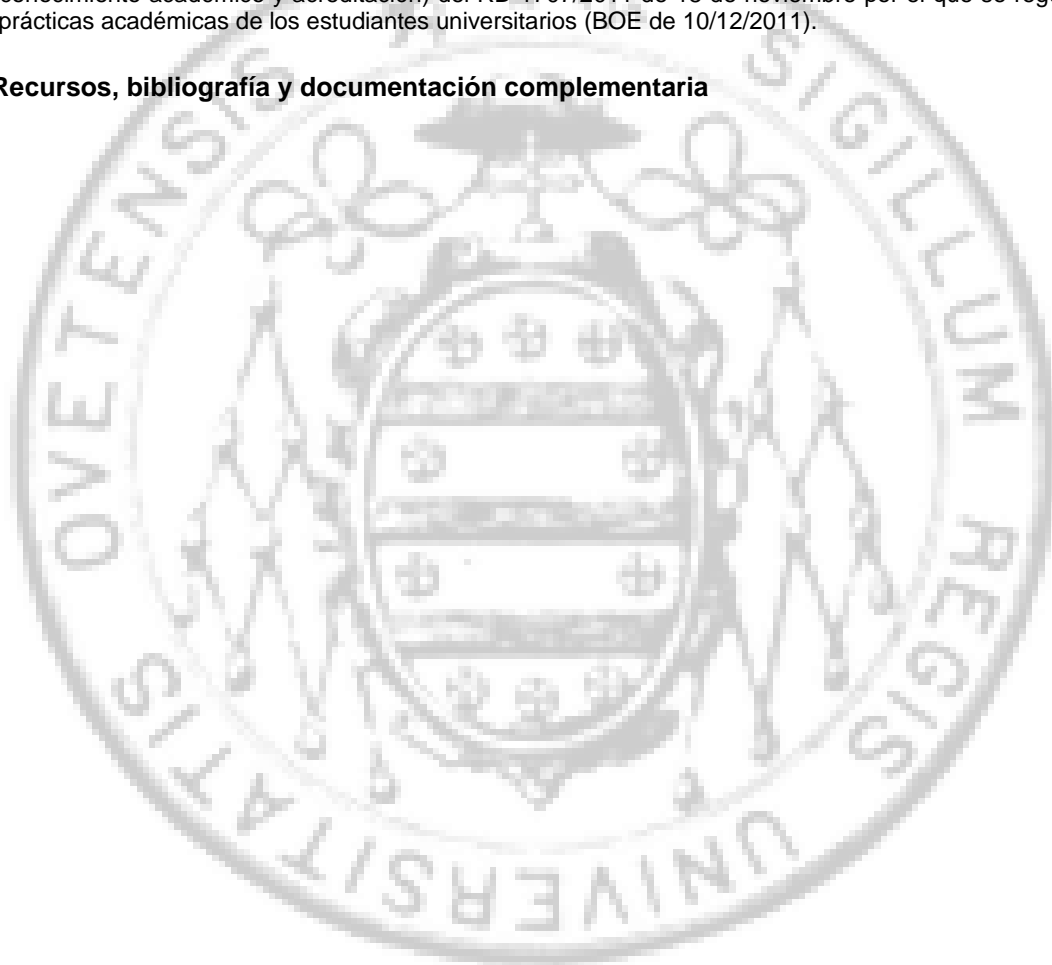
e) Relación de los problemas planteados y el procedimiento seguido para su resolución.

f) Identificación de las aportaciones que, en materia de aprendizaje, han supuesto las prácticas.

g) Evaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.

Esta Memoria Final será archivada en el expediente administrativo del alumno, o en un formato electrónico y en una ubicación, que permita su recuperación conforme a las previsiones del art. 16 (Reconocimiento académico y acreditación) del RD 1707/2011 de 18 de noviembre por el que se regulan las prácticas académicas de los estudiantes universitarios (BOE de 10/12/2011).

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Seminarios de Economía y Empresa		CÓDIGO	GADEMP01-4-003
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Anual	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
García Fernández Roberto		rgarfer@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
González Díaz Belén		bgonzal@uniovi.es		
ALVAREZ VEGA MARIA ISABEL		ivega@uniovi.es		
Llorente Marron Maria Del Mar		mmarron@uniovi.es		
GARCIA ESPEJO MARIA ISABEL		igarcia@uniovi.es		
Alba Alonso José		jalba@uniovi.es		
MARTINEZ ARIAS ANTONIO MANUEL		martinar@uniovi.es		
García Fernández Roberto		rgarfer@uniovi.es		
RUBIERA MOROLLON FERNANDO		frubiera@uniovi.es		
NOVO VAZQUEZ MARIA AMPARO		anovo@uniovi.es		
FERNANDEZ RODRIGUEZ MARIA ELENA		mefernan@uniovi.es		
Díaz Fernandez Maria Montserrat		mdiaz@uniovi.es		
SANCHEZ MEANA NORMA		sancheznorma@uniovi.es		
Antomil Ibias José		jantomil@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura "Seminarios de Economía y Empresa" se imparte a lo largo del primer y del segundo semestre del cuarto curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) y del Grado en Economía. Se trata de una asignatura optativa anual de 6 créditos que forma parte del Módulo 10 "Transversal" (en el Grado en ADE) y del Módulo 8 "Transversal" (en el caso del Grado en Economía).

La asignatura está integrada por seis posibles seminarios entre los que el estudiante, una vez matriculado en la asignatura, deberá cursar uno. Estos seminarios se organizan cada curso académico con la finalidad de complementar los diferentes módulos del Grado en Administración y Dirección de Empresas y del Grado en Economía, profundizando en diversos contenidos formativos de cada Grado y en temas de carácter transversal, así como posibilitando la participación en las sesiones de profesionales relevantes del mundo empresarial y económico que analicen cada año los aspectos más importantes del debate económico, empresarial y social.

3. Requisitos

No se establece ningún requisito previo obligatorio para cursar esta asignatura. Sin embargo, se recomienda tener en cuenta que los siete seminarios alternativos abarcan contenidos variados vinculados a distintos Departamentos y Áreas de Conocimiento, por lo que a la hora de elegir entre ellos el estudiante

deberá considerar cuál es el perfil profesional que desea para su formación y curriculum.

Para la selección del seminario el estudiante matriculado utilizará la plataforma web habilitada en el proceso de matrícula para la elección de grupo teniendo en cuenta las indicaciones que en ese momento se establezcan. En el caso de que el procedimiento señalado anteriormente no se encuentre habilitado se seguirán siguientes pasos:

1. El estudiante, a la vez que se matricula de las restantes asignaturas del curso académico 2017-2018, deberá también matricularse de la asignatura "Seminarios de Economía y Empresa" dentro del plazo general de matrícula establecido por la Universidad de Oviedo.

2. Entre el 28 de agosto y las 14:00 horas del 1 de septiembre, el estudiante que se haya matriculado en la asignatura "Seminarios de Economía y Empresa" deberá cumplimentar un formulario que estará disponible en la página web de la Facultad a efectos de que se le adjudique un seminario de los ofertados por la Facultad. En el formulario, el alumno deberá indicar cuales son los seminarios, de los seis ofertados, que estaría dispuesto a cursar, indicando el orden de preferencia entre los mismos. El estudiante podrá señalar desde un único seminario (si sólo le interesa uno exclusivamente), hasta el total de los seis (en caso de que esté dispuesto a cursar cualquiera de los seminarios ofertados, manifestando entonces su orden de preferencia). Los seminarios se organizarán en grupos reducidos en torno a los 30 alumnos, si bien este número puede variar dependiendo de la metodología docente de cada seminario. En caso de que un seminario sobrepase el límite de plazas, la asignación de alumnos se hará por estricto orden de cumplimentación y envío del formulario web de adjudicación de seminarios, intentando en todo caso atender, en la medida de lo posible, las preferencias del alumno.

3. Publicada la adjudicación, y no habiéndosele adjudicado al alumno ninguno de los seminarios solicitados por el estudiante, éste dispondrá de 3 días para modificar su matrícula, eligiendo otra optativa.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias genéricas y específicas que se pretenden potenciar con la asignatura "Seminarios de Economía y Empresa", además de las que se correspondan con los temas concretos abordados en los seminarios, son las siguientes:

Capacidad de análisis y síntesis.

Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.

Conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés.

Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.

Capacidad crítica y autocrítica.

Contar con valores y comportamientos éticos.

Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.

Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.

Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.

En cuanto a los resultados del aprendizaje, al finalizar la asignatura el estudiante deberá ser capaz de:

Comprender y valorar con espíritu crítico opiniones de expertos sobre temas diversos de Economía y Empresa.

5. Contenidos

El estudiante, una vez matriculado en la asignatura, **podrá seleccionar UNO de los siguientes seminarios:**

SEMINARIO 1.- “Herramientas de Decisión: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas”.

- **Módulo 1:** Economía de la población y demografía El estudio de la población. Pautas de elaboración y contenido. Fuentes de información demográfica. Acceso on-line. Demografía formal. Herramientas básicas de análisis. Comportamiento demográfico. Estructura de la población. Análisis de la composición por edad y sexo. Análisis individualizado de los fenómenos demográficos. Técnicas de proyección. Elaboración de un marco demográfico. Análisis económico y población.
- **Módulo 2:** Herramientas de decisión multicriterio: aplicaciones en economía sostenible y finanzas. Fundamentos matemáticos de la teoría de decisión multicriterio. Métodos multicriterio continuos. Aplicaciones en finanzas. Programación compromiso · Programación por metas · Construcción de carteras satisficentes.
- **Módulo 3.** Métodos multicriterio discretos. Aplicaciones en economía sostenible. · Método AHP · Método Electre. Método Promethee. Aplicaciones en elección social de infraestructuras.

SEMINARIO 2.- “Desafíos jurídicos del Derecho mercantil actual”

El seminario “*Desafíos jurídicos del Derecho mercantil actual*” aborda materias de Derecho mercantil actuales que no son desarrolladas en los programas tradicional, sino es de una manera muy escueta. Con esta finalidad se pretende contar con la presencia, en su caso, de personas expertas que ilustren sobre las materias en cuestión y en particular en el análisis y debate de sus últimas reformas y de los principales asuntos de actualidad en torno a los siguientes bloques o módulos temáticos:

- **Módulo 1.** Tendencias actuales del Derecho mercantil. Generalidades. Nuevas figuras de empresario. Emprendedor de responsabilidad limitada. Sociedad capitalista *versus* sociedad de trabajo asociado.
- **Módulo 2.** Nuevas formas de contratación. La contratación electrónica.- Contratación bancaria: especial referencia a las cláusulas abusivas. Consecuencias jurídicas.
- **Módulo 3.** Derecho de la competencia, publicidad comercial y derecho de los consumidores. La relevancia del Derecho industrial y los signos distintivos como instrumento del empresario en el mercado.
- **Módulo 4.** Tratamiento jurídico de la crisis económica. Nuevos mecanismos de segunda oportunidad.

SEMINARIO 3.- Gobernanza Global

El seminario de Gobernanza Global pretende facilitar las herramientas y conceptos relevantes para la comprensión de los principios y aspectos característicos de la nueva gobernanza en la era de la globalización. Se conocerán los actores, indicadores de gobernabilidad al igual que los efectos sociales, políticos y económicos que se generan. Los temas que se tratarán son:

1. Objetivar la gobernanza: actores, indicadores y medición.
2. Crisis económica y gobernanza global. El papel de los organismos internacionales
3. Gobernanza de los riesgos globales: ciberseguridad, demografía, recursos naturales, armas de destrucción masiva.
4. Gobernanza e Internet: Oportunidades para el empoderamiento de la ciudadanía

- 5. Gobernanza global alimentaria
- 6. Gobernanza de la Cooperación al desarrollo

SEMINARIO 4.- “Seminarios de Economía Aplicada”.

El seminario de Economía Aplicada se divide en dos partes o bloques independientes entre sí: **bloque primero sobre LOS FLUJOS MIGRATORIOS INTERNACIONALES y bloque segundo sobre la METODOLOGÍA DE LA ECONOMÍA.** A continuación se resumen los contenidos de ambas partes.

PARTE I. LOS FLUJOS MIGRATORIOS INTERNACIONALES

LA NUEVA ERA DE LAS MIGRACIONES INTERNACIONALES: ECONOMÍA Y POLÍTICAS.

Introducción: Concepto y tipos de migración internacional

1.1 Tendencias migratorias en un contexto de globalización

- Migraciones y relaciones internacionales
- Principales flujos y conflictos
- Nuevas migraciones

1.2 Migraciones internacionales y desarrollo

- Teorías explicativas de las migraciones económicas
- Comercio internacional versus migraciones
- Efectos para los países de origen y destino

1.3 Políticas concernientes a la emigración y la inmigración

- Ámbito de la Unión Europea
- Ámbito estadounidense y de la Commonwealth
- Ámbito asiático
- Ante la emigración como recurso

1.4 ESTUDIO DE CASOS

Propuestas abiertas para trabajos en torno a las migraciones, a presentar individualmente o en grupo

ALEMANIA-TURQUÍA	A TRAVÉS DE MÉXICO
LUXEMBURGO	REMESAS
RUMANÍA A EUROPA OCCIDENTAL	LA CAPTACIÓN DE TALENTOS
A EUROPA POR MAR	REFUGIADOS CLIMÁTICOS

MIGRACIÓN INTRAEUROPEA Y BREXIT	LOS EMIRATOS DEL PETRÓLEO
CHIAPAS	EMIGRACIÓN DE JÓVENES TITULADOS DE ASTURIAS/ESPAÑA
MUJERES MIGRANTES	EL MURO DE TRUMP
PORTUGUESES EN LUXEMBURGO	

PARTE II. METODOLOGÍA DE LA ECONOMÍA

El objetivo de esta segunda parte, a desarrollar durante el segundo semestre del curso, es **introducir al estudiante a los principales conceptos de la Investigación Económica y la Metodología de la Ciencia Económica**. Para ello se introducen primero algunos conceptos clave de la Metodología de la Ciencia para concretar luego las particularidades de las Ciencias Sociales y de la Economía.

Se desarrollaran estos contenidos mediante varias lecturas seleccionadas que se discutirán en las clases.

Introducción

2.1 ¿Qué es esa cosa llamada Ciencia?: el método científico

- El Método: esencia del Conocimiento Científico
- Evolución del Método Científico
- El Falsacionismo
- Enfoques Historicistas y Sociológicos de la Ciencia

2.2 Particularidades de las Ciencias Sociales

- Limitaciones de la investigación en ciencias sociales I: la dificultad para hacer experimentación
- Limitaciones de la investigación en ciencias sociales II: problemas para establecer direcciones de causalidad
- Relevancia del marco teórico en Ciencias Sociales

2.3 Aspectos esenciales de la Ciencia Económica

- La historia, la estadística y la econometría como laboratorio de la investigación aplicada económica
- Dos conceptos clave de la Economía: el *homo economicus* y el *ceteris paribus*
- Otros aspectos clave de la Ciencia Económica

2.4 Ciencia Económica y Economistas

- De la investigación a la acción
- El Economista y la Economía
- Consejos para el trabajo fin de grado y la carrera profesional

SEMINARIO 5.- “General Concepts, terminology and documents, in English Language, regarding Business and Economy”

The syllabus will be divided into three main parts. Each part will include about 17 hours dealing with three important fields of Business and Economy: (a) General Economy and Markets, (b) Business Organization

and Companies, and (c) International Trade and Transportation. Students will learn both concepts as well as terminology and will deal with original English documents from these areas.

- **Part 1:** 1. General terminology on Economic Systems and Business Management. 2. Types of Markets. 3. The Labour Market. Contracts of Employment. Payments and rewards. Industrial Relations and Trade Unions. Unemployment. 4. The Capital Market. The Banking system.
- **Part 2:** 5. The Private Sector. Business Organizations. Types and characteristics. 6. Public Limited Companies and Corporations. Promoters, Directors and Shareholders. Meetings. Dissolution and Bankruptcy. 7. Accountancy. Economic and Financial Reports. Auditing Reports.
- **Part 3:** 8. Marketing and International Trade. 9. Documents in Foreign Trade. 10. International Transportation and Distribution. INCOTERMS.

SEMINARIO 6.- “Aplicaciones Informáticas para la Contabilidad y los Impuestos Empresariales”.

- **Módulo 1:** El Impuesto sobre el valor añadido. Introducción. Aspectos generales del registro contable del IVA. Particularidades en la contabilización del IVA.
- **Módulo 2:** El Impuesto sobre sociedades. Introducción. Relación Contabilidad-Fiscalidad en el Impuesto sobre Sociedades (IS). Impuesto Corriente. Impuesto Diferido.
- **Módulo 3:** Aplicaciones informáticas para la contabilidad: Contaplus. Acceso a la aplicación y alta de empresas. Plan general contable. Gestión de asientos contables. Gestión de la información contable. Cierre del ejercicio. Cuentas anuales. Otras opciones.
- **Módulo 4:** Aplicaciones informáticas para la facturación: Facturaplus. Acceso a la aplicación y alta de empresas. Personalización. Tablas generales y maestras. Gestión de compras. Gestión de ventas. Informes. Otras opciones.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente general que se seguirá en la asignatura “Seminarios de Economía y Empresa” combinará actividades de carácter tanto presencial como no presencial.

1. **Actividades presenciales.** La presencialidad de cada uno de los siete seminarios está fijada en 60 horas (54 horas presenciales + 6 horas de evaluación) y se concreta en la asistencia a los seminarios y la participación en los debates que se desarrollen en los mismos.

2. **Actividades no presenciales.** Implican 90 horas de trabajo autónomo del estudiante consistente en la preparación previa de los temas de los seminarios y la elaboración de resúmenes y valoraciones críticas.

De forma específica, y siempre atendiendo a estos criterios generales, a continuación se detalla la metodología específica de cada uno de los seminarios alternativos.

Seminario 1.- “Herramientas de Decisión: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas”

La asignatura se impartirá mediante sesiones expositivas en las cuales el profesor/ponente presenta el tema de estudio a desarrollar y sesiones de debate y discusión sustentadas en una participación activa del alumnado en la dinámica de las mismas. El desarrollo de las sesiones se apoya principalmente en presentaciones que, con antelación, están a disposición de los estudiantes en la web de la asignatura en el Campus Virtual, y en referencias bibliográficas aportadas por el profesor y por los alumnos. Atendiendo a la temática concreta a desarrollar se utilizarán el estudio de casos, el aprendizaje basado en problemas y los proyectos de grupo. Asimismo se realizarán prácticas en las aulas de informática en las que los estudiantes podrán adquirir las habilidades en el uso de los programas informáticos necesarios para la resolución de problemas utilizando las metodologías presentadas.

Los proyectos de grupo se realizarán en grupos reducidos y programados por el profesor, que pueden orientarse a diversos objetivos, supervisión de casos prácticos propuestos, seguimiento de trabajos, análisis y discusión de artículos, textos y documentos.

Seminario 2.- “Desafíos jurídicos del Derecho mercantil actual”

El seminario se estructura en sesiones explicativas de los contenidos de la asignatura que se impartirán por la profesora encargada de la misma, con el fin de que el alumno adquiera y se familiarice con los

conocimientos jurídicos básicos y la terminología utilizada en el ámbito de esta disciplina jurídica. Las sesiones teóricas se complementarán con actividades prácticas en las que se abordará la problemática real de la actividad empresarial en el mercado. Todo ello mediante el estudio y análisis casuístico de documentos y materiales directamente relacionados con el tráfico mercantil.

Adicionalmente, se profundizará en la problemática actual de la empresa y su dimensión práctica invitando a profesionales y expertos (miembros de la carrera judicial y profesionales jurídicos especializados, entre otros) para que expongan su visión práctica sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos de la asignatura. De estas sesiones, según se indique por la profesora, los alumnos deberán elaborar un resumen de las explicaciones o un trabajo previo sobre la materia de cara a la celebración de una mesa redonda con el ponente o ponentes.

Seminario 3.- "Gobernanza Global"

El seminario es práctico y se desarrollará mediante la preparación previa de los temas de los seminarios, para ello el alumnado tendrá en el campus virtual: a) artículos y capítulos de libros y b) ficha esquema que utilizará para la preparación de debates y para entregar a través del campus virtual para su evaluación.

El trabajo grupal se realizará a través del análisis y discusión de estudios de caso y se realizará un proyecto grupal.

El trabajo individual será la elaboración de un proyecto

Seminario 4.- "Seminarios de Economía Aplicada"

La metodología a seguir en estas sesiones es la típica de un seminario con participación activa de los estudiantes. Así, la revisión de la literatura, las discusiones, presentaciones y debates sobre los temas a desarrollar constituyen el eje central de las actividades presenciales.

Se espera de los estudiantes una preparación previa de los materiales y recursos necesarios para participar en el seminario así como la realización de las tareas encomendadas, particularmente la lectura de bibliografía recomendada y la presentación de trabajos, así como la posterior discusión de los mismos en el aula. Las actividades a realizar serán básicamente la lectura de artículos académicos y divulgativos, el análisis y comentario escrito u oral de los mismos, el debate de sus principales argumentos, y la búsqueda y análisis de información.

Seminario 5.- "General Concepts, terminology and documents, in English Language, regarding Business and Economy"

Las clases se impartirán en inglés y tanto el material escrito como oral que se utilizará incluirá textos y audios reales elaborados originalmente en inglés por profesionales nativos de dicho idioma y pertenecientes al sector de la empresa, la economía o el comercio internacional. Algunos textos se entregarán previamente a los alumnos para que, a través del trabajo personal, puedan preparar su traducción, un resumen, un comentario crítico de los mismos o una breve exposición oral para debatir en clase, ayudados por glosarios terminológicos que se entregarán para cada tema. En dichos ejercicios podrán aplicar los conceptos explicados en clase.

En todo momento se fomentará la participación activa en clase, tanto mediante el trabajo personal como en grupos, recurriendo incluso a ejercicios de *role-playing* a fin de practicar el idioma utilizando la terminología y fraseología específicas trabajadas en cada tema.

A través de la práctica oral y la lectura de textos en inglés se pretende que el alumno incorpore tanto la terminología y fraseología específicas de este campo como que perfeccione su nivel de inglés tanto oral como escrito.

Seminario 6.- "Aplicaciones Informáticas para la Contabilidad y los Impuestos Empresariales"

La metodología docente aplicada que se utiliza en el seminario APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA CONTABILIDAD Y LOS IMPUESTOS EMPRESARIALES combina actividades presenciales y no presenciales. A continuación se detallan las diferentes actividades programadas:

- **Actividades presenciales:**
 - Clases expositivas. Donde se expondrán y desarrollarán los conocimientos básicos de la asignatura que los estudiantes deben asimilar.
 - Prácticas de aula y de informática. Los estudiantes aplicarán los conocimientos teóricos adquiridos en la resolución de cuestiones y supuestos de carácter práctico.
 - Evaluación. Se realizarán varias pruebas carácter teórico-práctico que permitirán la evaluación del aprendizaje del estudiante.

- **Actividades no presenciales:**
 - Trabajo autónomo del estudiante. Los alumnos deberán asimilar los conocimientos teóricos y prácticos de la asignatura y, en su caso, resolver las actividades y tareas que se soliciten en cada momento.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Con carácter general, y de acuerdo con las respectivas Memorias de Verificación de los Grados en Administración y Dirección de Empresas y en Economía, la evaluación de la asignatura “Seminarios de Economía y Empresa” se basará en dos criterios:

- Participación en los debates y coloquios.
- Memoria resumen y valoración crítica de al menos el 20% de los seminarios.

En esta asignatura no cabe aplicar el modelo de evaluación diferenciada, dadas las características especiales de su metodología docente, basada en la presencialidad y en la evaluación continua.

Partiendo de estos criterios generales, el sistema de evaluación para cada uno de los siete seminarios alternativos es el siguiente:

Seminario 1.- “Herramientas de Decisión: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas”

La evaluación se realizará del siguiente modo:

Convocatoria ordinaria: evaluación continua (100% de la nota final):

- Participación en los debates y coloquios (20%).
- Resolución de supuestos prácticos, realización de trabajos individuales o en grupo (20%).
- Memoria resumen y valoración crítica de un seminario correspondiente a cada bloque mediante la exposición y defensa de un trabajo individual o en grupo (45%).
- Participación en actividades no presenciales propuestas en el Campus Virtual (15%).

Si el alumno no supera la asignatura en la convocatoria ordinaria, en las **convocatorias extraordinarias** se realizará un examen que ponderará el 60% de la calificación total, manteniéndose el restante 40% la nota obtenida en la evaluación continua del mismo curso académico.

Seminario 2.- “Desafíos jurídicos del Derecho mercantil actual”

Evaluación. La evaluación seguirá la modalidad de evaluación continua en un 100%. En la convocatoria ordinaria, se valorará el 50% por la asistencia y la participación activa en clase, y el otro 50% por trabajos individuales o en grupo, exigiéndose un mínimo de 3,5 (sobre 10) en cada parte. La convocatoria extraordinaria consistirá en un examen que se evaluará con una calificación máxima del 60%, manteniéndose la nota de la evaluación continua obtenida a lo largo del curso, con peso del 40% en la calificación.

Seminario 3.- "Gobernanza Global"

La evaluación será continua valorándose el seguimiento del seminario del siguiente modo:

- Participación activa en los debates (20%).
- Realización de las actividades grupales (30%).

- Realización de las fichas esquema y elaboración de un proyecto (50%).

Si el alumnado no superase la asignatura en la convocatoria ordinaria podrá realizar, en la fecha asignada para las convocatorias extraordinarias, una prueba que ponderará el 60% de la calificación total, manteniéndose para el restante 40% la nota obtenida en la evaluación continua del mismo curso académico. Esa prueba escrita será la presentación de un proyecto a determinar entre el alumnado y las profesoras de la asignatura.

Seminario 4.- “Seminarios de Economía Aplicada”

La evaluación será realizada de manera continua a lo largo del curso, y tendrá en cuenta los siguientes aspectos que demuestren el seguimiento del seminario:

- Participación activa en los debates y discusiones en cada uno de los módulos (50%).
- Realización y presentación de las actividades asignadas en cada uno de ellos (50%).

Si el alumno no supera la asignatura en la convocatoria ordinaria podrá realizar, en la fecha asignada para las convocatorias extraordinarias, una prueba que ponderará el 60% de la calificación total, manteniéndose para el restante 40% la nota obtenida en la evaluación continua del mismo curso académico. Esa prueba escrita tratará sobre los contenidos trabajados en los tres módulos.

Seminario 5.- “General Concepts, terminology and documents, in English Language, regarding Business and Economy”

En la *convocatoria ordinaria*, el sistema de evaluación de esta asignatura será el de **evaluación continua (100%)**. Dado que el trabajo oral y escrito se desarrollará principalmente durante las sesiones presenciales, se recomienda la asistencia a clase ya que la participación en clase representa un 20% de la calificación final. Si por motivos justificados el alumno no pudiera asistir a clase, podrá presentar un trabajo escrito, que se acordará con el profesor, que equivaldrá al 20% de la calificación final. El 80% restante se calificará mediante dos ejercicios individuales que consistirán en un examen escrito a mitad del curso y una exposición oral al finalizar la asignatura.

Si el alumno no supera la asignatura en la convocatoria ordinaria, en las convocatorias extraordinarias se realizará un examen que constará de dos ejercicios, uno oral y otro escrito, sobre el temario de la asignatura, que ponderarán el 40% y el 60% de la nota final respectivamente.

Seminario 6.- “Aplicaciones Informáticas para la Contabilidad y los Impuestos Empresariales”

Para valorar los resultados del proceso de aprendizaje se utilizará **un sistema de evaluación continua** que tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

- La asistencia, la participación activa del estudiante y la resolución de diversas actividades en las sesiones presenciales. La calificación máxima que se puede obtener es de 4 puntos.
- La elaboración correcta y entrega de una memoria resumen o trabajo. La calificación máxima que se puede obtener es de 6 puntos.

La calificación total de la evaluación continua se desglosa en la Tabla siguiente.

Convocatorias	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinarias y Extraordinarias	Evaluación continua (100%)	Asistencia, participación del estudiante y resolución de diversas actividades en las sesiones presenciales: 40%
		Memoria resumen o trabajo: 60%

Las pruebas de evaluación continua vinculadas a la asistencia, participación del estudiante y resolución de diversas actividades en las sesiones presenciales no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

La asignatura se considera aprobada cuando la calificación final obtenida sea igual o superior a cinco puntos sobre diez.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Seminario 1.- “Herramientas de Decisión: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas”

Bibliografía básica:

Módulo 1: Economía de la Población y Demografía

Leguina, J. (1981): Fundamentos de demografía. Madrid. Ed Siglo XXI.

INE: www.ine.es

Módulo 2: Herramientas de Decisión Multicriterio: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas

Arrow K.J.; Raynaud H. (1989): Opciones sociales y toma de decisiones mediante criterios múltiples. Alianza Editorial, Madrid.

Aznar Bellver, J.; Guijarro Martínez, F. (2012): Nuevos Métodos de valoración. Modelos Multicriterio. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia.

Cornuejols, G.; Tütüncü, R. (2007): Optimization methods in finance. Ed. Cambridge University Press.

Ishizaka, A.; Nemery, P. (2013): Multi-Criteria Decision Analysis. Shanghai: Wiley

Munda G. (2010): Social multi-criteria evaluation for a sustainable economy. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Romero C. Análisis de las decisiones multicriterio. Disponible online ftp://ece.buap.mx/pub/DOCUM_EDUCATIVOS_FCE_F_PORRAS/PROCESOS%20DE%20PENSAMIENTO%20y%20TOC/teor%EDA%20gener%20de%20sistemas/Decisiones.pdf

Romero C. (1993): Teoría de la decisión multicriterio: Conceptos, técnicas y aplicaciones. Alianza Universidad. Textos, Madrid.

Saaty, T.L. (1980): The Analytic Hierarchy Process, McGraw-Hill, New York.

Saaty, T.L. (1990): How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process. European Journal of Operational Research, 48, pp. 9-26.

Seminario 2.- "Desafíos jurídicos del Derecho mercantil actual"

OBRAS DE REFERENCIA.

Garrigues, J.: Curso de Derecho mercantil, t. I (7ª edic. por A. Bercovitz, 1982); t. II (8ª edic. por F. Sánchez Calero, 1983), Imprenta Aguirre, Madrid. Reimpresión (4 tomos, Temis, Bogotá).

Uría, R.: Derecho mercantil, últ. edic., M. Pons, Madrid.

Uría, R.; Menéndez, A. (dirs.): Curso de Derecho mercantil, vol. 1 (2ª edic., Thomson-Civitas, Cizur Menor-Navarra, 2006), vol. 2 (2ª edic., Thomson-Civitas, Cizur Menor-Navarra, 2007).

MANUALES.

Rojo, Á. (dirs.): Lecciones de Derecho mercantil, 2 vols., últ. edic., Thomson-Civitas, Cizur Mayor (Navarra).

Sánchez Calero, F.; Sánchez-Calero Guilarte, J.: Instituciones de Derecho mercantil, 2 vols., últ. edic., Thomson-Aranzadi, Cizur Menor (Navarra).

Bercovitz, A.: Apuntes de Derecho mercantil, últ. edic., Thomson-Aranzadi, Cizur Menor (Navarra).

Broseta, M.; Martínez Sanz, F.: Manual de Derecho mercantil, últ. edic., Tecnos, Madrid.

Vicent Chuliá, F.: Introducción al Derecho mercantil, últ. edic., Tirant lo Blanch, Valencia.

Jiménez Sánchez, G.J. (coord.): Derecho mercantil, 2 vols., últ. edic., Ariel, Barcelona.

Seminario 3.- "Gobernanza Global"

Alberdi, J y M. Gonzalez (coord.) (2008). Temas sobre Gobernannza y cooperación al Desarrollo. Cuadernos de Trabajo de Hegoa nº 47.

Alonso, et al (2011). Crisis económica y gobernanza internacional. Madrid: Fundación Real Instituto Elcano.

Ayuso, A. y K. Cascante (2011). "Rendición de cuentas mutua y gobernanza del sistema de Cooperación al Desarrollo: hacia una convergencia de los mecanimos". Sistema 220/221, pp. 110-129.

Page, H (2013). Global Governace and Food Security as Global Public Good. Center of International Cooperation, New York University.

Ocampo, J.A (2015). Gobernanza y Desarrollo. Nuevos desafíos y prioridades de la cooperación internacional. Argentina: Siglo XXI.

Punie, Y. (ed.) (2009). The Impact of Social Computing on the EU Information Society and Economy. European Commission.

Steinberg, F. (2014). "Mucho ruido y pocas nueces: necesidad y límites de la gobernanza económica global". Documento de Trabajo 14/2014 Real Instituto Elcano.

World Economic Forum (2011). Global Risk Sixth Edition. An inicitive of the Risk Response Network. Switzerland: World Economic Forum.

Seminario 4.- "Seminarios de Economía Aplicada"

Alba, J. (2011): "Las migraciones internacionales", García de la Cruz, M, Durán, G. y Sánchez, A. editores (2011): La economía mundial en transformación. Ed. Paraninfo. Madrid.

Alfonso, A. y Devitt, C. (2016): "Comparative political economy and international migration". Socio-Economic Review (2016) Vol. 14 (3): 591-613.

Charmers, A.F. (1976): ¿Que es esa cosa llamada Ciencia? Ediciones Siglo XXI.

Lago, I. (2008): La lógica de la investigación en Ciencias Sociales. Alianza Editorial.

OECD (2016): International Migration Outlook. OECD PUBLISHING. París.

REVISTAS

International Immigration Review

Revista Internacional de Ciencias Sociales

Revue Européenne de Migrations Internationales

Se facilitarán referencias complementarias y materiales a través de UnioviVirtual.

Seminario 5.- “General Concepts, terminology and documents, in English Language, regarding Business and Economy”

Bibliografía de referencia:

Anderson, O.J. (1980): Outline of Business Law, Littlefield, Admas & Co., New Jersey.

Coughlin, G.G. (1979): Your Introduction to Law, Harper & Row, Publishers, Inc., New York.

Faust, M. (1989): Handbook of Business English – Manuel de Inglés de los Negocios, Editorial De Vecchi, S.A., Barcelona

Floyd, D. (1995): Business Studies, Letts Educational Ltd., London.

Pérez de la Cruz, A. (1991): Derecho Mercantil. Documentación. Ariel Derecho. Barcelona.

Redmond, P.W.D. (1979): General Principles of English Law, Macdonald & Evans Ltd., Plymouth.

Diccionarios monolingües y bilingües:

Alcaráz Varó, E. y Hughes, B. (1992): Diccionario de términos jurídicos. Ariel. Barcelona.

Alcaráz Varó, E. y Hughes, B. (1996): Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales Inglés-Español, Spanish-English, Barcelona: Ariel.

Black, H. C. (1979): Black's Law Dictionary. 5ª Edición. West Publishing Co. Minnesota.

Bodoutchian-Sáiz, V. (2000): Diccionario Jurídico-Empresarial Español / Inglés / Español. Fundación Confemetal. Madrid.

Muñiz Castro, E. G. (1990): Diccionario Terminológico de Economía, Comercio y Derecho / Dictionary of Economic, Business and Legal Terminology Inglés/Español – Español/Inglés. Fontenebro. Madrid.

Seminario 6.- “Aplicaciones Informáticas para la Contabilidad y los Impuestos Empresariales”

Bibliografía Básica:

Martínez Arias, A.; Fernández Rodríguez, E. (2011): Contabilidad de los impuestos empresariales. Consejo General de Colegios de Economistas de España. Registro de Economistas Asesores Fiscales. Madrid.

Formación SAGE (2013): ContaPlus 2013. Manual Oficial. RA-MA Editorial, Madrid.

Formación SAGE (2013): FacturaPlus 2013. Manual Oficial. RA-MA Editorial, Madrid.

Bibliografía Complementaria:

Álvarez Melcón, S.; García-Olmedo-Domínguez, R. (2009): Contabilidad y Fiscalidad: Impuesto sobre Sociedades e IVA. Centro de Estudios Financieros, Madrid.

Consejo General de Economistas – REAF/REGAF (2016): Código Fiscal. Consejo General de Economistas – REAF/REGAF, Madrid.

Fernández Rodríguez, E.; Martínez Arias, A. (2003): "El acercamiento entre Contabilidad y Fiscalidad en el IS: Evaluación práctica", Técnica Contable, n.º 653, mayo, pp. 23-37.

Fernández Rodríguez, E.; Martínez Arias, A. (2007): "Contabilización del Impuesto sobre Beneficios", Revista del Registro de Economistas Asesores Fiscales (REAF), n.º 308, diciembre, pp. 175-205.

Fernández Rodríguez, E.; Martínez Arias, A. (2009): "La Contabilización del Impuesto sobre Beneficios en el primer ejercicio de aplicación del PGC de 2007", Revista del Registro de Economistas Asesores Fiscales (REAF), n.º 3.208, febrero, pp. 203-259.

Fernández Rodríguez, E.; Martínez Arias, A. (2015): "Efectos sobre la contabilización del Impuesto sobre Beneficios de la nueva Ley del Impuesto sobre Sociedades 2014", Revista del Registro de Economistas Asesores Fiscales (REAF), n.º 385, septiembre, pp. 33-82.

García-Olmedo Domínguez, R.; Corona Romero, E. (2007): "La contabilización del Impuesto sobre Sociedades según el Borrador del PGC (I) y (II)", Revista Técnica Contable, n.º 702 y n.º 703, noviembre y diciembre, pp. 24-37 y 44-49.

Gutiérrez Viguera, M. (2003a): "¿Cómo contabilizar? Contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido, Impuesto General Indirecto Canario e Impuestos Especiales (I)", Técnica Contable, n.º 651, marzo, pp. 42-54.

Gutiérrez Viguera, M. (2003b): "¿Cómo contabilizar? Contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido, Impuesto General Indirecto Canario e Impuestos Especiales (II)", Técnica Contable, n.º 652, abril, pp. 53-66.

Martínez Arias, A.; García Álvarez, E. (2002): "Contabilidad y Fiscalidad desde una perspectiva creativa", Revista de Contabilidad y Tributación, enero, n.º 226, pp. 177-206.

Martínez Vargas, J.; Labatut Serer, G. (2011): Contabilización del efecto impositivo del impuesto sobre sociedades. Centro de Estudios Financieros, Madrid.

Varios Autores (2017): Memento Práctico Fiscal 2017. Francis Lefebvre, Madrid.

Varios Autores (2017): Memento Práctico Impuesto sobre Sociedades 2017. Francis Lefebvre, Madrid.

Varios Autores (2017): Memento Práctico IVA 2017. Francis Lefebvre, Madrid.

Legislación:

Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, (BOE 29 de diciembre).

Ley 16/2007, de 4 de julio, de reforma y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para su armonización internacional con base en la normativa de la Unión Europea (BOE de 5 de julio).

Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades (BOE de 28 de noviembre).

Real Decreto 1624/1992, de 29 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido (BOE 31 de diciembre).

Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad (BOE de 20 de noviembre).

Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas y los criterios contables específicos para microempresas (BOE de 21 de noviembre).

Real Decreto 634/2015, de 10 de julio, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades (BOE de 11 de julio).

Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley reguladora de las Haciendas Locales (BOE 9 de marzo).

Resolución de 20 de enero de 1997, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se desarrolla el reflejo contable de los regímenes establecidos en el Impuesto sobre el Valor Añadido y el Impuesto General Indirecto Canario (BOE de 3 de marzo, corrección de errores BOE 22 de mayo).

Resolución de 9 de febrero de 2016, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se desarrollan las normas de registro, valoración y elaboración de las cuentas anuales para la contabilización del Impuesto sobre Beneficios (BOE 16 de febrero).

Los estudiantes dispondrán de materiales e información diversa en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo: www.campusvirtual.uniovi.es

Asimismo, los alumnos pueden consultar la información que recogen instituciones y organismos en sus páginas web como los que se indican a continuación:

Organismo	Página Web
Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT)	http://www.aeat.es/
Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC)	http://www.icac.meh.es
International Accounting Standards Board (IASB)	http://www.ifrs.org/
Unión Europea (UE)	www.ec.europa.eu/internal_market/accounting

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Ciencia Política	CÓDIGO	GADEMP01-4-004
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
NOVO VAZQUEZ MARIA AMPARO	anovo@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
NOVO VAZQUEZ MARIA AMPARO	anovo@uniovi.es		
SANCHEZ BRAVO-VILLASANTE FERNANDO	fsanchez@uniovi.es	(English Group)	

2. Contextualización

Ciencia Política es una asignatura dentro de la materia de Sociología dentro del módulo Análisis Histórico y Social. En esta asignatura se pretende comprender las principales teorías políticas contemporáneas, los fundamentos de la política comparada y el funcionamiento de la política internacional. También conocer y analizar la estructura y el funcionamiento de los sistemas e instituciones políticas además de comprender las actitudes, valores y comportamiento de los actores políticos

3. Requisitos

No se precisa de ningún requisito obligatorio previo recomendable, más allá del que corresponda a un alumna o alumno de cuarto curso de Grado

4. Competencias y resultados de aprendizaje

La asignatura está orientada al desarrollo de las competencias que mejoran las capacidades de análisis y de síntesis, el aprendizaje autónomo y la comunicación fluida, tanto escrita como oral.

El conocimiento conceptual y analítico del campo de la ciencia política ayudará al alumnado a comprender el funcionamiento de la política proporcionándole contenidos básicos para el desarrollo de su futuro profesional.

En un sentido más específico, esta asignatura debe proporcionar un marco de conocimientos y competencias necesario para conocer el funcionamiento de sistemas, instituciones y actores políticos en las democracias contemporáneas.

Como resultado del aprendizaje el alumnado deberá conocer los conceptos, teorías y metodologías politológicas, así como aplicar ese conjunto de herramientas a la realidad política.

5. Contenidos

El programa de la asignatura Ciencia Política está compuesto de un total de 8 temas.

- 1 El estudio científico de la política
- 2 El Estado
- 3 Instituciones y estructuras políticas
- 4 Comportamiento político
- 5 Actores y procesos
- 6 Comunicación política
- 7 Políticas públicas
- 8 Globalización y gobernanza global

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de la asignatura Ciencia Política se ajusta a los criterios establecidos por los nuevos grados a través de la combinación de actividades de carácter teórico (clases expositivas) y práctico (prácticas de aula), además de otro tipo de actividades de carácter presencial.

El plan de trabajo de la asignatura prevé la realización de actividades formativas de carácter presencial y no presencial.

Las actividades formativas presenciales tendrán una duración de 56 horas, con la siguiente distribución:

1) Clases expositivas de carácter teórico, en sesiones de regularidad semanal con una duración de 28 horas. En ellas, el profesorado transmitirá los conceptos teóricos básicos y los debates centrales de la ciencia política contemporánea, la terminología propia del análisis politológico y las pautas de comprensión de los procesos políticos procurando fomentar la reflexión crítica sobre los mismos.

2) Prácticas de aula, en sesiones de regularidad semanal con 28 horas de duración y en grupos reducidos. En ellas, y a través de la implicación activa de los alumnos en las actividades propuestas por el profesorado se reforzarán y complementarán los contenidos teóricos facilitados en las clases expositivas a través de un aprendizaje activo, tanto individual como en grupo, y de la utilización de instrumentos como comentarios de textos y análisis de datos cualitativos y cuantitativos para el análisis de la realidad política y el debate en torno a su interpretación.

3) Sesiones de evaluación, con una duración de 4 horas, en las fechas previstas por el calendario académico oficial.

Por su parte, las actividades formativas no presenciales de la asignatura Ciencia Política tendrán una duración de 90 horas.

La actividad académica no presencial supone el 60% del tiempo total que deberá dedicar el alumno para superar la asignatura Ciencia Política. Dicha actividad académica de carácter no presencial será trabajo autónomo por parte del alumno para la preparación y revisión de las actividades realizadas en las prácticas de aula, el desarrollo de los trabajos individuales y de grupo, el estudio y preparación de las sesiones de evaluación y el manejo de los recursos bibliográficos, documentales, audiovisuales y electrónicos relacionados con la asignatura. La preparación de las prácticas de aula exige, también, por parte del alumno un tiempo de trabajo de lectura previa y revisión posterior de los materiales relacionados con dichas prácticas.

TRABAJO PRESENCIAL									TRABAJO NO PRESENCIAL			
Temas	Horas totales	Clase Expositiva	Prácticas de aula /Seminaros/ Talleres	Prácticas de aula de informática	Conferencias, visitas a instituciones, etc	Tutorías grupales	Prácticas Externas	Sesiones de Evaluación	Total	Trabajo grupo	Trabajo autónomo	Total
Tema 1		3	3						6		11,2	17,2
Tema 2		4	4						8		11,2	19,2
Tema 3		4	4						8		11,2	19,2
Tema 4		4	4						8		11,2	19,2
Tema 5		4	4						8		11,2	19,2
Tema 6		3	3						6		11,2	17,2
Tema 7		3	3						6		11,2	17,2
Tema 8		3	3						6		11,6	17,6
EVALUACIÓN								4	4			
Total		28	28					4	60		90	150

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7	60
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	28	18,7	
	Prácticas de aula de informática			
	Conferencias, visitas a instituciones, etc			
	Tutorías grupales			
	Prácticas Externas			
	Sesiones de evaluación	4	2,6	
No presencial	Trabajo en Grupo			90
	Trabajo Individual	90	60	
Total		150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La asignatura Ciencia Política evaluará los resultados de aprendizaje obtenidos por los alumnos en relación a los objetivos y competencias recogidos en el punto 4 de la Guía Docente. Para ello, se establecen una serie de técnicas y criterios de evaluación que se apoyan en los siguientes instrumentos:

- 1) prueba final de carácter escrito;
- 2) prácticas de aula;

3) trabajo de curso escrito

Para la evaluación en convocatorias extraordinarias, se mantendrán los criterios de evaluación de las convocatorias ordinarias.

A continuación se concretan algunos aspectos de interés para el alumnado relacionados con la evaluación:

1) la prueba final escrita representa hasta un 60% de la calificación final. Para superar la asignatura es necesario aprobar el examen. En ella se valorarán, además de los conocimientos de los alumnos en torno a los contenidos teóricos y de aplicación práctica de la asignatura, la actitud crítica, madurez y corrección formal, incluyendo el empleo adecuado de la terminología propia de la asignatura, el orden expositivo, la presentación y la coherencia del discurso escrito y el cuidado de la sintaxis y de la ortografía;

2) las prácticas de aula permitirán evaluar que el profesorado pueda evaluar los resultados de aprendizaje obtenidos por los alumnos a través de la observación de la actitud participativa del alumnado, su esfuerzo, su integración en las actividades de grupo y en la realización de las tareas encomendadas individualmente. Además se valorará su capacidad crítica y el empleo apropiado de la terminología de la asignatura en el discurso escrito y oral, incluido el cuidado de la sintaxis y de la ortografía. Las prácticas de aula representarán hasta un 20% de la calificación final obtenida por el alumno. No obstante, dicha calificación solamente podrá ser obtenida en el caso de que el alumno asista a, como mínimo, un 80% de las prácticas de aula. Se entenderá que un alumno que deje de completar más de tres actividades prácticas de aula no habrá superado la evaluación continua. La no asistencia al mínimo de sesiones indicado supone la renuncia del alumno a la evaluación continua.

3) El trabajo de curso escrito podrá representar hasta un 20% de la calificación obtenida por el alumno. El trabajo se ajustará a algunos de los contenidos teóricos expuestos en clase o aplicados en las prácticas de aula y que permitirá la evaluación de los resultados de aprendizaje anteriormente expresados.

La evaluación de dicho trabajo de curso escrito se atenderá a los mismos criterios formales expresados para la prueba final escrita, a saber: presentación adecuada, ajustándose a las exigencias académicas habituales, profundidad, organización, capacidad crítica y empleo adecuado del lenguaje de la asignatura y cuidado en el uso de la sintaxis y la ortografía.

En virtud de lo establecido por el artículo 7 del Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado y de acuerdo con lo recogido por la Guía Docente de la asignatura Ciencia Política, se establecen los siguientes criterios de evaluación diferenciada para el alumnado.

1. La distribución porcentual de las diferentes actividades programadas a lo largo del curso será similar a la del resto de alumnos matriculados en condiciones ordinarias o de dedicación a tiempo completo, según lo recogido por la sección 6 de la Guía Docente: evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

2. Los alumnos en régimen de dedicación parcial podrán completar el programa de prácticas de la asignatura de forma no presencial. Para ello deberán realizar la totalidad de actividades prácticas de la asignatura individualmente con el objetivo de poder responder a una pregunta en el examen final relativa a las prácticas del aula.

3. Deberán realizar el trabajo individual y presentarlo en tiempo y forma siguiendo las indicaciones de los profesores de la asignatura.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Para superar la asignatura Ciencia Política, y como apoyo a los contenidos teóricos expuestos en clase y a la aplicación de los mismos en las prácticas de aula, los alumnos deberán familiarizarse y manejar una serie de referencias de carácter fundamental o básico. La orientación y contenidos de estas referencias que reciben la consideración de básicas para la asignatura Ciencia Política se ajustan al programa expuesto en el apartado 5.

Se propone las siguientes referencias bibliográficas:

Lois, M. y Alonso, A. (2014). Ciencia Política con perspectiva de género, Akal, Madrid

Diz, I. /Lois, M./ Novo, A. (2011) Ciencia Política contemporánea, UOC, Barcelona.

Molina, I., (2008) Conceptos fundamentales de Ciencia Política, Alianza, Madrid.

Vallés, J. M^a (2003). Ciencia Política: Una introducción, Ariel, Barcelona.

Adicionalmente, se proponen referencias de carácter complementario, cuya consulta podrá resultar de utilidad para los alumnos en relación a algunos de los contenidos del temario

Battle, B. (comp.), Diez textos básicos de ciencia política., Ariel, Barcelona, 1992

Benedicto, J. e Morán, M. L.(comps.), Sociedad y Política. Temas de Sociología Política, Alianza, Madrid, 1995

Caminal, M. Manual de Ciencia política, Tecnos, Madrid, 1999

Caramani, D. Comparative politics, Oxford University Press, Oxford.2011.

Colomer, Josep M^a, Ciencia de la Política: una introducción, Ariel, Barcelona, 2009

Pasquino, G. et al. Manual de Ciencia Política, Alianza, Madrid, 1988.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Sociología del Trabajo y de las Relaciones Laborales	CÓDIGO	GADEMP01-4-005
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Gutiérrez Palacios Rodolfo	rgutier@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Gutiérrez Palacios Rodolfo	rgutier@uniovi.es	(English Group)	
GONZALEZ MENENDEZ MARIA DEL CARMEN	m.gonzalez@uniovi.es	(English Group)	

2. Contextualización

La asignatura Sociología del Trabajo y las Relaciones Laborales es una optativa de cuarto curso en los grados en Administración de Empresas y Economía que pertenece al Módulo *Análisis Histórico y Social* (Materia: Sociología).

El objetivo principal de la asignatura es el conocimiento teórico y aplicado de la perspectiva sociológica sobre el trabajo y los mercados de trabajo, las diferentes configuraciones organizativas y ocupacionales del trabajo, así como las instituciones y los actores de las relaciones laborales. La asignatura presta especial atención al contexto español, en perspectiva comparada con el contexto europeo y global.

Esta asignatura se complementa bien con otras asignaturas del campo de la gestión, como Dirección de Recursos Humanos, Diseño Organizativo y Dirección Estratégica. También con las asignaturas de Economía Industrial, Economía Laboral y Derecho del Trabajo. El conjunto de esas asignaturas proporcionan una inicial **especialización** en los campos profesionales de la gestión de los recursos humanos, en el sector privado, y las políticas sociales y de empleo, en el sector público.

3. Requisitos

No tiene requisitos previos diferentes a los propios del acceso al cuarto curso de los grados en Administración de Empresas y Economía.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

La asignatura contribuirá a mejorar las competencias genéricas de los estudiantes en varios aspectos: su capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones, de análisis y síntesis, de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia, de negociación y para trabajar en equipo, su conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés, su capacidad de aprendizaje, contar con valores y comportamientos éticos, e integrar en el ámbito de trabajo los valores democráticos y de la cultura de la paz, los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas.

La asignatura contribuye también a conseguir y reforzar las siguientes competencias específicas de la titulación:

- Conocer las cuestiones más relevantes de índole social, científica y ética del trabajo y de las relaciones laborales, así como su relación con la actividad económica y las decisiones empresariales (CE1).
- Conocer y valorar distintos entornos institucionales y políticos del trabajo y las relaciones laborales y su impacto sobre las decisiones empresariales y la actividad económica (CE5 ADE; CE6 Economía).
- Comprender las principales dinámicas de relaciones de los agentes en la esfera del trabajo y el empleo en la economía y en la empresa (CE9 ADE, CE11 Economía).
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial y macroeconómica del trabajo y de las relaciones laborales a un público tanto especializado como no especializado (CE20 ADE; CE17 Economía).

De manera global, el estudiante será capaz de interpretar la esfera del trabajo, el empleo y las relaciones laborales desde una perspectiva sociológica con los siguientes resultados de aprendizaje:

- Comprender y distinguir la variedad y tendencias en la organización social del trabajo y los comportamientos laborales de individuos y grupos, así como las pautas actuales de división técnica, sexual e internacional del trabajo (RA1).
- Comprender y distinguir los regímenes de empleo del presente a través del conocimiento de la evolución económica del pasado (RA2).
- Saber relacionar el carácter dinámico y cambiante de las relaciones laborales y de empleo con las políticas económicas desarrolladas (RA3).
- Conocer y comprender el papel de los principales actores de los sistemas de relaciones laborales así como los principales procesos de cooperación y conflicto (RA6).
- Aplicar la perspectiva sociológica a la comprensión crítica del funcionamiento de las empresas y de los mercados de trabajo como instituciones sociales (RA7).
- Aplicar la perspectiva sociológica para analizar problemas y proponer ideas que mejoren el funcionamiento de empresas y organizaciones en el ámbito del trabajo y de las relaciones laborales (RA8).

5. Contenidos

Los contenidos se dispone en los siguientes ocho temas:

1. La perspectiva sociológica sobre el trabajo, los mercados de trabajo y la relaciones laborales: enfoques teóricos
2. Transformaciones del trabajo remunerado: globalización y cambio tecnológico
3. Sistemas comparados de relaciones laborales: conflicto y negociación
4. Organización, control y calidad de la vida laboral
5. Ocupaciones y estructura ocupacional.
6. Formas de trabajo no-estandar
7. Culturas e identidades del trabajo. Satisfacción en el trabajo.
8. Motivación y remuneración.

6. Metodología y plan de trabajo

El plan de trabajo de la asignatura prevé la realización de actividades formativas de carácter presencial y no presencial.

Las actividades formativas presenciales tendrán una duración de 60 horas, con la siguiente distribución:

- 1) Clases expositivas de carácter teórico, en sesiones de regularidad semanal con una duración de 1,45 horas.

2) Prácticas de aula, en sesiones de regularidad semanal con una duración de 1,45 horas y en grupos reducidos. Consistirán, principalmente, en la presentación y discusión de lecturas seleccionadas, junto a otros ejercicios en los que se valore el conocimiento y uso crítico de los contenidos teóricos del curso

3) Sesiones de evaluación, con una duración de dos horas, en las fechas previstas por el calendario académico oficial.

Por su parte, las actividades formativas no presenciales de la asignatura tendrán una duración de 90 horas.. Dicha actividad académica de carácter no presencial será trabajo autónomo por parte del alumno para la preparación y revisión de las actividades realizadas en las prácticas de aula, el desarrollo de los trabajos individuales y de grupo, el estudio y preparación de las sesiones de evaluación y el manejo de los recursos bibliográficos, documentales, audiovisuales y electrónicos relacionados con la asignatura. La preparación de las prácticas de aula exige, también, por parte del alumno un tiempo de trabajo de lectura previa y revisión posterior de los materiales relacionados con dichas prácticas.

<i>Temas</i>	<i>Horas totales</i>	TRABAJO PRESENCIAL				TRABAJO NO PRESENCIAL	
		<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>	<i>Sesiones de Evaluación</i>	<i>Total</i>	<i>Trabajo autónomo</i>	<i>Total</i>
Tema 1	18,5	3,5	3,5		6	11,4	12
Tema 2	18,5	3,5	3,5		6,5	12	12
Tema 3	18,5	3,5	3,5		6	12	12
Tema 4	18,5	3,5	3,5		6,5	12	12
Tema 5	18,5	3,3	3,5		6	10,5	10,5
Tema 6	18,5	3,5	3,5		6,5	10,5	10,5
Tema 7	18,5	3,5	3,5		6	10,5	10,5
Tema 8	18,5	3,5	3,5		7	10,5	10,5
EVALUACIÓN	4			4	2		
Total horas	150	28	28	4	60	90	90

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7	60
	Práctica de aula	28	18,7	
	Sesiones de evaluación	4	2,6	
No presencial	Trabajo Individual	90	60	90
Total		150	100	

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación se realizará a través de los siguientes instrumentos:

- 1) prueba final de carácter escrito (60% de la calificación final)
- 2) seguimiento continuo y activo de las prácticas y tareas de aula (40% de la calificación final)

No se podrá superar la evaluación continua cuando se acumulen tres o más ausencias a las sesiones del curso (clases teóricas, prácticas y tutorías grupales) o cuando no se consigan al menos 2 puntos. Será necesario obtener un mínimo de 3 puntos en el examen final para aprobar y que sea tenida en cuenta la calificación de la evaluación continua.

Para la evaluación en convocatorias extraordinarias, se mantendrán los criterios de evaluación de las convocatorias ordinarias.

La evaluación final en régimen dedicación a tiempo-parcial-evaluación diferenciada consistirá en una prueba final de carácter teórico y práctico.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica:

González Menéndez, M., Gutiérrez Palacios, R. y Martínez Lucio M. (2011) (coord.) *Gestión de Recursos Humanos. Contexto y Políticas*. Pamplona: Thomson-Cívitas.

Köhler, H-D. y Martín Artilles, A. (2005) *Manual de Sociología del Trabajo y de las Relaciones Laborales*. Madrid: Delta Publicaciones.

Vallas, S.P., Finlay, W. and Wharton, A.S. (2009), *The Sociology of Work: Structures and Inequalities*. Oxford, Oxford University Press.

Watson, T. (2012), *Sociology, Work and Organization*. London, Routledge.

Principales fuentes estadísticas y de documentación:

- Eurostat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>
- Eurofound (Fundación Europea para la mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo): <http://www.eurofound.europa.eu/>
- Instituto Nacional de Estadística: <http://www.ine.es>
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social: <http://www.empleo.gob.es/index.htm>
- Organización Internacional del Trabajo: <http://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm>



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Historia Empresarial de España		CÓDIGO	GADEMP01-4-006
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES	EMAIL			
Antolin Cano Carlos	antolin@uniovi.es			
PROFESORADO	EMAIL			
Antolin Cano Carlos	antolin@uniovi.es			

2. Contextualización

La asignatura Historia Empresarial de España es una optativa de cuarto curso que se imparte en el Grado en Administración de Empresas y el Grado en Economía de la Facultad de Economía y Empresa. Esta asignatura forma parte de la materia "Historia Económica", perteneciente al módulo "Análisis Histórico y Social",

Nuestra asignatura pretende dar a conocer la presencia de la empresa, y quienes han sido los protagonistas de ponerlas en marcha desde una perspectiva histórica. El enfoque escogido para la explicación de estos contenidos tiene como argumentación clave la relación entre el nacimiento y evolución de nuestras empresas dentro de contexto socio-económico, que si cabe, en el caso español, tiene una especificidad más marcada que entre otros modelos de desarrollo acaecidos durante buena parte del período a lo largo del cual transitaremos

3. Requisitos

No es necesario ninguno para alcanzar correcto aprovechamiento de esta asignatura. Se sobreentiende que al estar emplazada ya al final de una trayectoria académica, el alumno posee un bagaje de conocimientos suficientes, como para enmarcar la asignatura dentro del contexto histórico y de unos instrumentos de análisis económico para analizar las realidades contempladas en esta asignatura.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Capacidad de comunicación oral y escrita.

Capacidad para desarrollar unas habilidades de análisis y comprensión de los procesos que serán propuestos en las sesiones prácticas de la asignatura, que esté unida a un esfuerzo de interpretación, de cuyas conclusiones no valorará el profesor, que estén más o menos adscritos a una ortodoxia interpretativa, sino que el alumno esté implicado en la articulación de unas explicaciones propias.

Cuando este procedimiento se desarrolle de esta forma, y el profesor pueda deducir que este planteamiento ha sido la norma; se podrá considerar que el alumno posee las capacidades para obtener el óptimo aprovechamiento.

El alumno deberá enmarcar la actividad empresarial dentro de los contextos diversos en los que tiene lugar cada una de aquéllas: los mercados, la política económica... Considerando tales premisas, identificará las estrategias que ha implementado la empresa para evolucionar y las causas de la

inviabilidad de aquéllas, que han sucumbido en distintas coyunturas.

5. Contenidos

Tema I: La manufactura antes de la industrialización

Gremios urbanos e industria rural dispersa (ss. XV - XVIII). Papel de la Monarquía en la iniciativa e inversión industrial.

Tema II: La revolución industrial

Empresa pequeña y localizada: el sector algodonero catalán. Las actividades extractivas y siderúrgicas. La llegada del ferrocarril: un pobre balance desde la perspectiva empresarial. La debilidad del sistema financiero: casas de banca y bancos. Las industrias conserveras. La empresa al abrigo del intervencionismo y proteccionismo

Tema III: Guerra Civil y autarquía durante el primer franquismo, 1935 – 1959

La contienda civil y la actitud del empresariado. La autarquía y el intervencionismo. La creación del I.N.I. y la industria privada.

Tema IV: Expansión y crisis del régimen franquista, 1959 -1975.

Nuevos planteamientos empresariales y el Plan de Estabilización. El sector turístico. Desarrollo financiero e industrial. La crisis del 73 y el declive de un modelo.

Tema V El impulso a la internacionalización de la actividad empresarial

La reconversión industrial (c.1977-c.1995). La deslocalización de las empresas y la entrada de capital extranjero. El sector inmobiliario. El fortalecimiento del sector bancario

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente se distribuye de la siguiente forma:

- 1] Clases expositivas donde el profesor desarrollará los temas del programa.
- 2] Las prácticas de aula tienen dos objetivos:

Uno, trabajar materiales (cuadros, gráficas, balances) propuestos por el profesor y que el alumno analizará, exponiendo e intercambiando ideas con sus compañeros y el profesor.

Durante el curso se propondrán una serie de textos que deberán ser leídos por los alumnos previamente a la sesión, en la cual se vayan a tratar las cuestiones reflejadas en los mismos.

- 3] Sesiones de evaluación

La docencia del primer semestre del curso 2016-2017 se organiza en 14 semanas. A continuación se presenta un cronograma orientativo de la asignatura.

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Presentación de la asignatura Tema 1.- La manufactura antes de la industrialización	Estudio, lecturas y prepa seminarios.
2	Tema 1.- La manufactura antes de la industrialización	Estudio, lecturas y prepa seminarios.

3	Tema 1.- La manufactura antes de la industrialización	Estudio, lecturas y preparación de seminarios
4	Tema 2.-La revolución industrial	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
5	Tema 2.- La revolución industrial	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
6	Tema 2.- La revolución industrial	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
7	Tema 2.-La revolución industrial	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
8	Tema 3.- Guerra Civil y autarquía ...	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
9	Tema 3.- Guerra Civil y autarquía ...	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
10	Tema 4.- Guerra Civil y autarquía ...	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
11	Tema 4.- Expansión y crisis del régimen franquista	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
12	Tema 4.- Expansión y crisis del régimen franquista	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
13	Tema 5.- El impulso a la internacionalización de la actividad empresarial	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
14	Tema 5.-El impulso a la internacionalización de la actividad empresarial	Estudio, lecturas y preparación de seminarios

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La nota final de la asignatura tiene dos partes

a) La evaluación continúa se calificarán de la siguiente forma:

-El profesor propondrá a lo largo del curso una serie de lecturas, que serán analizadas en las clases prácticas. Se preguntará y pedirá opinión sobre el contenido de las mismas a los alumnos asistentes. Aquellos que no hayan preparado la lectura , se les restará 0,25 puntos a su respectiva calificación global de evaluación continua.

-A lo largo del cuatrimestre se harán tres pruebas de examen que tendrán lugar los últimos días de clase de octubre, noviembre y diciembre; solicitando al alumno que conteste a una serie de preguntas del libro: *Historia empresarial de España. Un enfoque regional en profundidad*, Madrid, LID, 2006. En cada una de las pruebas se pedirá responder a un tercio de la obra. Los alumnos dispondrán de una hora y cuarenta y cinco minutos de tiempo.

Cada una de estas tres mencionadas pruebas abarcará un tercio del contenido de la obra.

La suma de ambas tareas, y en las que obligadamente debe participar el alumno, obtendrá un máximo de cuatro puntos (40 % de la puntuación global).

b) El restante 60% de la puntuación se obtiene de la nota máxima que se puede sacar en el examen.

El aprobado en la asignatura se obtendrá cuando la nota del examen sea superior a un aprobado, a la que se sumará la nota de la evaluación continua. No se contabilizará la nota de evaluación continua cuando el examen no tenga una calificación superior a tres puntos, que es la nota de aprobado. También se considera imprescindible que el alumno conteste a todas las preguntas propuestas, considerándose nulo el examen a efectos de calificación, cuando el alumno deje en blanco una o más preguntas. Un 60% de la nota corresponde al examen, que se calificará sobre diez puntos.

Los estudiantes matriculados a *tiempo parcial* deberán entregar alguna de las lecturas propuestas durante el curso, en la misma fecha fijada para el examen, y una vez acabado, hacer la exposición de igual forma a como lo han realizado quienes asisten a las prácticas de aula.

Aquellos alumnos que acumulen cuatro faltas o más pierden su derecho a la evaluación continua.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

COMIN COMIN, Francisco- MARTIN ACEÑA, Pablo (1991): ***Historia de la empresa pública en España***, Madrid, Espasa Calpe.

MARTIN ACEÑA, Pablo [ed.] (1996) : ***La empresa en la historia de España***, Madrid, Civitas.

GARCIA RUIZ, José Luís (1994): ***Historia económica de la empresa moderna***, Madrid, Istmo.

GARCIA RUIZ, José Luís [Coord.](1998): ***Historia de la empresa mundial y de España***, Madrid, Síntesis.

GARCIA RUIZ, José L. - MANERA URBINA, Carles (2006): ***Historia empresarial de España. Un enfoque regional en profundidad***, Madrid, Lid Editorial.

NUÑEZ, Gregorio – SEGRETO, Luciano (1994): ***Introducción a la historia de la empresa en España***, Madrid, Ábaco.

VALDALISO, Jesús M^a – LOPEZ, Santiago (2007): ***Historia económica de la empresa***, Barcelona, Crítica.

VV.AA.(2003): ***Historia empresarial. Pasado, presente y retos de futuro***, Barcelona, Ariel.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Historia Económica y Social de España		CÓDIGO	GADEMP01-4-007
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Ocampo Suárez-Valdés Joaquín Carlos		jocampo@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
Suárez Cano Patricia		suarezcpatricia@uniovi.es		
Ocampo Suárez-Valdés Joaquín Carlos		jocampo@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura Historia Económica y Social de España es una optativa de cuarto curso que se imparte en el Grado en Administración de Empresas, en Economía y en Relaciones Laborales en la Facultad de Economía y Empresa. Esta asignatura forma parte de la materia "Historia Económica", perteneciente al módulo "Análisis Histórico y Social".

Habitualmente no somos conscientes de la dependencia entre nuestro presente y nuestro pasado. Esta sutil correspondencia se hace más evidente en momentos, como el actual, cuando la recesión de nuestra actividad económica parece haber roto un marco, caracterizado por la expansión. Las causas de los males de nuestra época actual son resultado de una estructura económica y social, que ha ido tomando forma en el tiempo, y que ésta ha sido el fundamento de una problemática, que marca nuestra identidad.

Cuestiones candentes en la actualidad, como el fuerte déficit público resulta ser un problema estructural endémico, desde el siglo XVI, motivado siempre por la deficiente gestión de los medios recaudatorios y/o la desafortunada administración de los recursos disponibles.

La escasa potencialidad de nuestro sector primario viene dado por una estructura de la propiedad en donde no ha habido una inversión ni un desarrollo, capaz de articular las interrelaciones entre agricultura e industrialización. Entre las diversas causas de este problema se encuentra el hecho de que los que han acumulado beneficios en el sector, no los han dirigido de nuevo al mismo para acrecentar su productividad. Las clases dominantes en España han mantenido su interés por prácticas especulativas, que coyunturalmente permitían mantener standards de vida, al margen de la inversión que crean situaciones capaces de generar menos desigualdad social. En este discurso conviene determinar quiénes son las clases dominantes. Durante gran parte de nuestro pasado era esta una sociedad estamental, constituida por cuerpos ajenos al proceso productivo y que dependían de la obtención de rentas. Este es rasgo definitorio de nuestro devenir como sociedad.

Todo ello ha sido la clave de un antagonismo de clase, que hunde sus raíces en el origen de nuestra nación. La confrontación entre las clases trabajadoras emprendedoras y grupos sociales que obtienen su riqueza de los recursos que les brindan los poderes públicos. Históricamente no existió una burguesía, que se constituyera en fuerza primordial y dinamizadora de la actividad económica.

También uno de los factores de naturaleza social y económica sobre el que se articula la identidad del país, son los rasgos propios que tienen casi todas las regiones. Rasgos que han ido definiéndose y marcándose, si cabe más intensamente en los tres últimos siglos, haciéndose preciso valorar en las explicaciones las características de cada una de ellas y su engarce en una explicación global de esta

asignatura.

Subrayemos, por último, que el desgranar toda la problemática aludida implica un tratamiento paritario de los aspectos sociales, políticos, ideológicos que proporciona una visión más globalizadora del pasado que la que nos proporciona la exposición de la estructura económica.

3. Requisitos

Sería deseable que el alumno tenga asimilados unos conocimientos globales previos, a cerca de las cuestiones mas determinantes de la evolución histórica, particularmente del contexto europeo que ya han tenido ocasión de ver en los comienzos de este Grado. Tampoco olvidar sus incursiones, en otras asignaturas, en la realidad tanto económica y social del mundo presente; el cual es en buena medida deudor de muchas de las cuestiones incluidas en nuestro programa. Se sugiere, además, que el alumno procure adquirir unos conocimientos básicos de Historia de España.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Únicamente capacidad de comunicación oral y escrita, aptitud imprescindible para trasladar los análisis que resultan de la comprensión del contenido de aquellos materiales y recursos diversos utilizados en las exposiciones del profesor. Así como en aquellos otros que el alumno tengan que analizar, interpretar y evaluar en las clases prácticas. En este sentido, cabe puntualizar que se tendrá en cuenta la actitud que se manifieste a la hora de pergeñar una argumentación propia, en base a unos razonamientos coherentes. Es decir, aunque no sean ciertos y se demuestre la débil conexión con las hipótesis y teorías académicas el profesor valorará el trabajo y el intento de esbozar las conclusiones propias del alumno.

5. Contenidos

PROGRAMA DE HISTORIA ECONÓMICA Y SOCIAL DE ESPAÑA

Tema I: Introducción: Economía y sociedad en la España antigua y medieval

1.-De la Prehistoria a la romanización: de las sociedades recolectoras a las agro-pastoriles. 2.- Colonizaciones y romanización. 3.- La singularidad de la económica y social de la España medieval.

Tema II: La España moderna y el Antiguo Régimen (s. XV-XVIII)

1.- España: una sociedad agraria tradicional en una economía preindustrial. 2.- El ciclo de la economía española en los siglos XVI y XVII: Expansión colonial y capitalismo mercantil. 3.- El siglo XVIII: los límites del reformismo ilustrado. La evolución del análisis económico: del arbitrista a la Economía política.

Tema III: La primera industrialización en España

1.- El marco institucional de la economía española en el siglo XIX. 2.- Las etapas del proceso industrializador. 3.- El debate sobre “el fracaso” de la revolución industrial española: una perspectiva sectorial. 4.-De la sociedad estamental a la sociedad de clases.

Tema IV: Segunda revolución industrial, nacionalismo económico y “edad de plata” de la economía española [c. 1890 - 1930]

1.- El “viraje proteccionista” de la Restauración. 2.- Etapas y trayectoria de la economía española: una aproximación sectorial. 3.- Del ciclo bélico de negocios a la Dictadura, de las crisis de 1929 a la II República. 4.- Los nuevos procesos de cambio y confrontación social.

Tema V: De la Guerra Civil a la España de Franco (1936-1975)

1.- Guerra civil: quiebra económica y fractura social. 2.- La España de la autarquía (1939-1949). 3.- Del

decenio preliberal al Plan de Estabilización (1959). 4.- Modernización demográfica y movilidad social

Tema VI: Economía española de la transición (1975-1986): integración europea e internacionalización

1.- De las crisis del petróleo a los Pactos de la Moncloa: políticas de reconversión industrial. 3.- El camino hacia la integración europea: de la CEE a la UE: costes y beneficios de la internacionalización. 4.- Los retos de la sociedad española ante el tercer milenio.

6. Metodología y plan de trabajo

6. Metodología y plan de trabajo

METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

La metodología docente se distribuye de la siguiente forma:

Trabajo presencial

1] Clases expositivas donde el profesor desarrollará los temas del programa.

2] Las prácticas de aula.

La docencia del segundo semestre del curso 2017-2018 se organiza en 14 semanas. A continuación se presenta un cronograma orientativo de la asignatura.

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Introducción: Economía y sociedad en la España antigua y medieval.	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
2	Introducción: Economía y sociedad en la España antigua y medieval.	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
3	La España moderna y el Antiguo régimen.	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
4	La España moderna y el Antiguo régimen.	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
5	La España moderna y el Antiguo Régimen.	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
6	La primera industrialización en España	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
7	La primera industrialización en España	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
8	La primera industrialización en España	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
9	Segunda revolución industrial, nacionalismo económico y "edad de plata" de la economía española	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
10	Segunda revolución industrial, nacionalismo económico y "edad de plata" de la economía española	Estudio, lecturas y preparación seminarios.
11	De la Guerra civil a la España de Franco	Estudio, lecturas y preparación seminarios.

12	De la Guerra Civil a la España de Franco	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
13	La economía española de la transición	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.
14	La economía española de la transición	Estudio, lecturas y preparación de seminarios.

De la Guerra Civil a la España de Franco

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La nota final de la asignatura tiene dos partes

a) La evaluación continúa se calificarán de la siguiente forma:

- Por cada una de las lecturas expuestas en clase hasta un máximo de un 1,25 por cada una. Siempre y cuando se exponga presencialmente en el aula. **No se podrán entregar más de dos lecturas.**

En el caso de que se haga la exposición de un libro podrá obtenerse hasta una calificación de dos puntos y medio (2,5)

La suma de ambas tareas o únicamente por la segunda de ellas, y en las que obligadamente debe participar el alumno obtendrá un máximo de cuatro puntos (40 % de la puntuación global).

b) El restante 60% de la puntuación se obtiene de la nota máxima que se puede sacar en el examen.

El aprobado en la asignatura se obtendrá cuando la nota del examen sea superior a un aprobado, a la que se sumará la nota de la evaluación continua. No se contabilizará la nota de evaluación continua cuando el examen no tenga una calificación superior a tres puntos, que es la nota de aprobado. También se considera imprescindible que el alumno conteste a todas las preguntas propuestas, considerándose nulo el examen a efectos de calificación, cuando el alumno deje en blanco una o más preguntas. Un 60% de la nota corresponde al examen, que se calificará sobre diez puntos.

Los estudiantes matriculados a *tiempo parcial* deberán entregar alguna de las lecturas propuestas durante el curso, en la misma fecha fijada para el examen, y una vez acabado, hacer la exposición de igual forma a como lo han realizado quienes asisten a las prácticas de aula.

El aprobado en la asignatura se obtendrá cuando la nota del examen sea superior a un aprobado, a la que se sumará la nota de la evaluación continua. No se contabilizará la nota de evaluación continua cuando el examen no tenga una calificación superior a tres puntos, que es la nota de aprobado. También se considera imprescindible que el alumno conteste a todas las preguntas propuestas, considerándose nulo el examen a efectos de calificación, cuando el alumno deje en blanco una o más preguntas. Un 60% de la nota corresponde al examen, que se calificará sobre diez puntos.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

BIBLIOGRAFIA BASICA

ANES, Gonzalo (ed.) (1999): **Historia Económica de España, siglos XIX y XX**, Barcelona, Galaxia Gutenberg – Círculo de Lectores.

BERNECKER, Walter L(2009): **España entre la tradición y la modernidad . Política, Economía y sociedad**, Madrid, Siglo XXI.

BRODER, Albert (2000), **Historia económica de la España contemporánea**, Alianza, Madrid.

CARRERAS, Albert y TAFUNELL, X. (2003): **Historia Económica de la España Contemporánea**, Barcelona, Crítica.

CASEY, James (2001): **España en la Edad Moderna. Una historia social**, Valencia, Biblioteca Nueva

CATALAN, Jordi(1995): **La economía española y la segunda guerra mundial**, Barcelona, Ariel

COMÍN, Francisco - HERNÁNDEZ, Mauro - LLOPIS, Enrique (eds.) (2002): **Historia económica de España**, siglos X-XX, Barcelona, Crítica.

FUSI AIZPURÚA, Juan Pablo (2012): **Historia mínima de España**, Madrid, Turner

GARCÍA DELGADO, J. L. -JIMÉNEZ, J.C.(2001): **Un siglo de España. Economía**, Madrid, Marcial Pons.

GARCIA DELGADO, José Luis (ed.) (1992): **La economía española de la Transición a la Democracia**, Madrid, Espasa Calpe.

MALUQUER, Jordi (2014): **La economía española en perspectiva histórica**, Barcelona, Pasado &Presente

SHUBERT, Adrián (1991): **Historia social de España (1800-1990)**, Madrid, Nerea

TORTELLA CASARES, Gabriel (1994): **EL desarrollo de la España Contemporánea. Historia Económica de los siglos XIX y XX**, Madrid, Alianza.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Planificación Fiscal	CÓDIGO	GADEMP01-4-008
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Álvarez García Santiago	santiag@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Álvarez García Santiago	santiag@uniovi.es		
ARIZAGA JUNQUERA MARIA DE LA CONCEPCION	cariza@uniovi.es		

2. Contextualización

Esta asignatura se incluye en el Módulo *Marco Jurídico y Sistema Fiscal*, dentro de la Materia *Sistema Fiscal* (junto con las asignaturas obligatorias de 3º Curso, *Sistema Fiscal Español I y II*, en los que se analizan las figuras principales de nuestro sistema impositivo).

El objetivo principal consiste en introducir a los alumnos, que ya tienen un conocimiento básico del sistema tributario español, en la metodología de la planificación fiscal como elemento a considerar en la toma de decisiones, tanto en el ámbito personal como empresarial o profesional. Para ello, a partir del concepto de economía de opción, se estudia la forma en que los impuestos afectan a las decisiones de los contribuyentes a través de la posibilidad de implementar estrategias destinadas a disminuir su pago dentro de la legalidad.

Al tratarse de una asignatura optativa del Grado en Dirección y Administración de Empresas, el núcleo del programa es la integración de la variable impositiva en la planificación estratégica de la empresa y su incidencia en las distintas áreas de actividad, buscando identificar sus efectos en la rentabilidad empresarial.

3. Requisitos

Haber cursado las asignaturas del módulo mencionadas en el epígrafe anterior.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias que se trabajan con esta asignatura son:

Genéricas

- Capacidad para el análisis y síntesis.
- Habilidades de gestión de la información: obtención y análisis de diferentes fuentes.
- Resolución de problemas.
- Toma de decisiones.
- Capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.

- Capacidad para aprender.
- Habilidad para trabajar de forma autónoma.

Específicas

- Completar el conocimiento, tanto práctico como teórico, del sistema impositivo español, adquirido en las asignaturas Sistema Fiscal Español I y II.
- Conocimiento de la metodología de la planificación fiscal.
- Integración de las variables fiscales en el proceso de adopción de decisiones empresariales
- Utilización de la legislación de los distintos impuestos.
- Adquirir una cierta habilidad en la aplicación de la misma, en el sentido de llevar las ideas adquiridas en la teoría a casos reales.
- Aplicación práctica de los conocimientos de planificación fiscal desarrollados en las clases teóricas.

5. Contenidos

Parte I. Instrumentos y metodología de la planificación fiscal

Tema 1. Introducción. Concepto de planificación fiscal. Estrategias fiscales versus conductas elusoras y evasoras

1.1. El concepto de economía de opción. 1.2 Estrategias fiscales versus conductas elusoras y evasoras. 1.3. El conflicto en la aplicación de la norma tributaria y el fraude de ley. 1.4. Los negocios simulados. 1.5. Las infracciones tributarias. 1.6. El delito fiscal.

Tema 2. Instrumentos y metodología para la planificación fiscal (I)

2.1. La determinación de la carga tributaria derivada de la aplicación de un impuesto. 2.2 La calificación de las operaciones. 2.3. El sujeto pasivo. 2.4. Los diferentes conceptos de tipo impositivo. 2.5. Los efectos de la progresividad impositiva. 2.6. Los beneficios fiscales y el tipo impositivo efectivo. 2.7. La variable tiempo en la planificación fiscal. 2.8. La diferencia de jurisdicciones fiscales: la planificación fiscal internacional.

Tema 3. Instrumentos y metodología para la planificación fiscal (II)

3.1. El objetivo de la planificación fiscal: el concepto de cuña fiscal. 3.2. Variables fiscales que determinan la imposición marginal efectiva. 3.3. El concepto de rentabilidad financiero-fiscal. 3.4. El concepto de tipo impositivo efectivo nominal.

Parte II. Planificación fiscal empresarial

Tema 4. La creación de empresas ante la planificación fiscal empresarial: la elección de la forma jurídica de la empresa

4.1. La elección de la forma jurídica de la empresa. 4.2. Régimen fiscal de la empresa individual. 4.3. Régimen fiscal de atribución de rentas. 4.4. Régimen fiscal de la empresa societaria. 4.5. Régimen fiscal de las empresas de reducida dimensión. 4.6. El régimen tributario de las entidades dedicadas al arrendamiento de viviendas. 4.7. La doble imposición de dividendos.

Tema 5. La política de personal y la fiscalidad

5.1. La elección de los sistemas de retribución del personal: retribución monetaria y en especie. 5.2. Régimen fiscal de los sistemas de ahorro previsión: aportaciones de las empresas a los planes de pensiones de sus trabajadores. 5.3. Los incentivos fiscales a la creación de empleo en el Impuesto sobre Sociedades.

Tema 6. Fiscalidad de las inversiones empresariales

6.1. Panorama general de los incentivos fiscales a la inversión. 6.2. Régimen fiscal de las amortizaciones. 6.3. Beneficios fiscales relacionados con la amortización. 6.4. El ahorro fiscal vinculado a las amortizaciones. 6.5. Deducciones por inversiones

Tema 7. La estructura financiera de la empresa

7.1. La elección de la estructura financiera de la empresa. 7.2. Financiación con capitales propios, ajenos e instrumentos financieros híbridos. 7.3. La financiación de inversiones: compra, leasing y renting. 7.4. La tributación de los contratos de arrendamiento financiero.

Parte III. Planificación fiscal internacional

Tema 8. La doble imposición internacional y su corrección

8.1. La fiscalidad y la internacionalización de la actividad económica. 8.2. Los principios de asignación impositiva. 8.3. La doble imposición internacional y la doble imposición económica internacional. 8.4. Los mecanismos para la corrección de la doble imposición internacional.

Tema 9. Los Convenios de Doble Imposición Internacional. El *treaty shopping*

9.1. El modelo de Convenio de la OCDE: principios, estructura y definiciones. 9.2. Ámbito de aplicación. 9.3. Tributación de los distintos tipos de renta. 9.4. La corrección de la doble imposición. 9.5. Convenios firmados por España. 9.6. El abuso de convenio (*treaty shopping*) y su limitación.

Tema 10. Estrategias fiscales en la internacionalización de la empresa: la elección entre filial y sucursal

10.1. Los incentivos fiscales para las inversiones en el exterior. 10.2. La tributación de las rentas obtenidas en el extranjero mediante establecimiento permanente. 10.3. La tributación de los rendimientos obtenidos por filiales en el extranjero. 10.4. El régimen fiscal de las entidades de tenencia de valores extranjeros.

Tema 11. Mecanismos anti-elusión: operaciones vinculadas, precios de transferencia y subcapitalización, operaciones realizadas en paraísos fiscales

11.1. Operaciones vinculadas: supuestos de vinculación y determinación del valor normal de mercado. Los precios de transferencia. 11.2. La transparencia fiscal internacional. 11.3. Los paraísos fiscales. 11.4. Especialidades tributarias de las operaciones realizadas en paraísos fiscales. 11.5. Los "impuestos de salida"

6. Metodología y plan de trabajo

Actividades presenciales:

La asignatura se impartirá mediante:

- Clases expositivas en las cuales se explican los conceptos de cada tema y se realizan numerosos ejemplos que faciliten la comprensión por parte del alumno. Estas clases son impartidas al grupo completo, no necesariamente como lección magistral, sino procurando una participación activa del alumnado en la dinámica de las mismas.
- Prácticas de aula: clases de resolución de supuestos prácticos que previamente se ponen a disposición del alumno en el Campus Virtual. El objetivo de las prácticas es la aplicación de los conceptos y herramientas introducidos en las clases teóricas a la resolución de problemas y también consolidar la adquisición de conocimientos y destrezas por parte del estudiante. En el desarrollo de estas clases se combinará la resolución guiada por parte del profesor de algunos supuestos con la resolución individual o en grupo y una discusión posterior de resultados.

Actividades no presenciales: el estudiante dispondrá de diferentes materiales en la biblioteca del centro y en el Campus Virtual con el fin de orientar y facilitar el estudio de los contenidos del temario.

El número de horas requerido o estimado para las distintas actividades se recoge a continuación:

Créditos ECTS de la asignatura:

6 créditos ECTS (150 horas de trabajo del alumno)

Actividades:

Clases		presenciales
• Teoría:	28	horas
• Práctica:	28	horas
• Evaluación:	4	horas
Evaluación continua, preparación y realización del examen final (trabajo individual alumno): 90 horas		
TOTAL: 150 horas		

Cronograma:

Semanas	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Presentación de la asignatura Tema 1 Prácticas Tema 1	Estudiar tema 1 y resolver los ejercicios propuestos
2	Tema 2 Prácticas Tema 2	Estudiar tema 2 y resolver los ejercicios propuestos
3	Tema 3 (continuación) Prácticas Tema 3	Estudiar tema 3 y resolver los ejercicios propuestos
4	Tema 3 Prácticas Tema 3	Estudiar tema 3 y resolver los ejercicios propuestos
5	Tema 4 Prácticas Tema 4	Estudiar tema 4 y resolver los ejercicios propuestos
6	Tema 5 Prácticas Tema 5	Estudiar tema 5 y resolver los ejercicios propuestos
7	Tema 6 (continuación) Prácticas Tema 6	Estudiar tema 6 y resolver los ejercicios propuestos
8	Tema 6 Prácticas Tema 6	Estudiar tema 6 y resolver los ejercicios propuestos
9	Tema 7	Estudiar tema 7 y resolver los ejercicios propuestos

	Prácticas Tema 7	
10	Tema 8 Prácticas Tema 8	Estudiar tema 8 y resolver los ejercicios propuestos
11	Tema 9 Prácticas Tema 9	Estudiar tema 9 y resolver los ejercicios propuestos
12	Tema 10 Prácticas Tema 10	Estudiar tema 10 y resolver los ejercicios propuestos
13	Tema 11 Prácticas Tema 11	Estudiar tema 11 y resolver los ejercicios propuestos
14	Preparación del examen	Repaso de la asignatura

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La nota final de la asignatura se calcula a partir de la nota en la **evaluación continua** (40% de la nota final) y de la nota en el **examen final** (60% de la nota final), siempre que el estudiante obtenga en el mismo una calificación igual o superior a la mínima de **2 puntos sobre 6**. Si el alumno no llega al 2 no se le sumará la nota de la evaluación continua, figurando sólo la nota del examen final.

- Evaluación continua: durante el curso se realizarán **4** pruebas relacionadas con los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura (resolución de supuestos similares a los realizados en las clases prácticas). Cada una de las pruebas se valorará con una calificación máxima de **1** punto.

- Examen final. Consistirá en una prueba de conjunto, por medio de la cual se valorarán los conocimientos adquiridos a lo largo del curso

La evaluación continua es un proceso acumulativo y es necesario ir demostrando a lo largo del semestre que se van alcanzando los objetivos de aprendizaje. Las pruebas que se plantean tienen sentido en el momento temporal en el que se realizan y por tanto, no son repetibles. **La evaluación continua no es recuperable.**

Las pruebas de evaluación continua **no** se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

Para los alumnos a los que se haya **concedido la evaluación diferenciada** por tener una dedicación a tiempo parcial, el 100% de su nota se formará a partir de la obtenida en el examen final.

Las fechas de examen deberán ser consultadas en el Centro ante posibles modificaciones.

En todas las pruebas escritas se exigirá, rigor y precisión en el lenguaje, claridad y orden, así como redacción sin fallos ortográficos ni gramaticales.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica:

- Albi, E.; R. Paredes; J.A. Rodríguez Ondarza : *Sistema Fiscal Español I y II*, última ed., Ariel, Barcelona.

- Domínguez Barrero, F. (2014): *Introducción a la Planificación Fiscal*. Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Domínguez Barrero, F. (2015): *Planificación fiscal en la empresa*. Prensas Universitarias de Zaragoza
- Domínguez Barrero, F.; J. López Laborda (2001): *Planificación fiscal*. Ariel, Barcelona.
- López Laborda, J. (director) (2002): *Lecturas de planificación y estrategia fiscal: metodología y aplicaciones*. Instituto de Estudios Fiscales, Madrid.
- Ortiz Calzadilla, R. (director) (2005): *Régimen fiscal de la empresa: estrategias fiscales*. Instituto de Estudios Fiscales, Madrid.

Además, los textos legales de los distintos impuestos (Códigos tributarios).

Bibliografía complementaria:

- Cordón, T. (Coordinador) (2001): *Manual de fiscalidad internacional*. Instituto de Estudios Fiscales, Madrid.
- Dennis-Escoffier, S.; K.A. Fortín (2014): *Taxation for Decision Makers*. Wiley, New Jersey.
- Jones, S.M.; S.C. Rhoades-Catanach (2014): *Principles of Taxation for Business and Investment Planning*, 17ª ed., McGraw Hill, Boston.
- Jones, S.M.; S.C. Rhoades-Catanach (2002): *Principles of Taxation. Advanced Strategies*. McGraw Hill, Boston.
- Pont Clemente, J.F. (2006): *La economía de opción*. Marcial Pons, Madrid.
- Rodríguez Ondarza, J.A.; A. Fernández Prieto (2003): *Fiscalidad y planificación fiscal internacional*. Instituto de Estudios Económicos, Madrid.
- Schanz, D.; S. Schanz (2011): *Business Taxation and Financial Decisions*. Springer, Heidelberg.
- Scholes, M.S.; M.A. Wolfson.; M.E. Erickson; M.L. Hanlon; E.L. Maydew; T. Shevlin (2014): *Taxes and Business Strategy. A Planning Approach*, 5ª ed., Prentice Hall, New Jersey.

Enlaces web:

- Agencia Tributaria [www.aeat.es]
- Instituto de Estudios Fiscales [www.ief.es]
- Ministerio de Economía y Hacienda [www.meh.es] [Dirección General de Tributos]
- Asociación de Inspectores de Hacienda [www.inspectoresdehacienda.org]
- Asociación de Subinspectores de Hacienda [www.subinspectores.org]
- Asociación de Asesores Fiscales de España [www.aedaf.es]
- Registro de Economistas Asesores Fiscales de España [www.reaf.es]

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Derecho Mercantil		CÓDIGO	GADEMP01-4-009
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES	EMAIL			
IRIBARREN BLANCO MIGUEL	iribarrenmiguel@uniovi.es			
PROFESORADO	EMAIL			
IRIBARREN BLANCO MIGUEL	iribarrenmiguel@uniovi.es			

2. Contextualización

La asignatura «Derecho Mercantil» se ubica en el módulo “Marco jurídico y sistema fiscal” y, en concreto, en la materia “Derecho Privado”. Se trata de una asignatura optativa de 4º curso tanto del Grado en Administración y Dirección de Empresas, como en el Grado en Economía, según se indica en sus respectivas memorias de verificación.

3. Requisitos

Si bien no existen requisitos previos obligatorios, se considera de gran interés para el seguimiento de la asignatura el repaso del contenido de la asignatura de primer curso «Introducción al Derecho civil y Mercantil».

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las **competencias generales** que se trabajan con la asignatura Análisis de los Estados Financieros son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para trabajar en un contexto de carácter internacional.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.

Competencias específicas:

CE1. Adquisición de conocimientos, habilidades y valores socio-jurídicos para la interpretación de ordenamiento jurídico.

CE2. Toma de conciencia de la importancia del Derecho como sistema regulador de las relaciones sociales.

CE5. Conocimiento de los principios y conceptos básicos del ordenamiento jurídico, en un contexto global, plural y cambiante.

CE8. Conocimiento de los procedimientos del sistema jurídico.

CE10. Capacidad para la búsqueda, manejo, comprensión e interpretación de fuentes jurídicas legales, jurisprudenciales y doctrinales.

CE11. Capacidad para utilizar las técnicas informáticas en la obtención y comunicación de información jurídica.

CE12. Capacidad para interpretar documentos jurídicos.

CE13. Desarrollo de la oratoria jurídica. Capacidad para expresarse apropiadamente ante un auditorio.

CE14. Capacidad para desarrollar un discurso jurídico correctamente estructurado de forma escrita. Capacidad para redactar escritos jurídicos.

CE17. Capacidad para aplicar el conocimiento teórico a la resolución práctica del Derecho y adquisición de los instrumentos necesarios para acceder a la formación especializada para el ejercicio profesional del Derecho.

Resultados del aprendizaje:

RA9.1. Comprender los conceptos y principios fundamentales de la realidad jurídica reguladores del Derecho mercantil (de las obligaciones y contratos y de la insolvencia y el concurso).

RA9.2. Conocer con profundidad la normativa que constituye dicho marco normativo.

RA9.3. Entender un texto jurídico mercantil.

RA9.4. Realizar un informe o dictamen jurídico.

RA9.5. Buscar y seleccionar la normativa aplicable a un caso.

RA9.6. Resolver con argumentos adecuadamente fundados en Derecho un asunto o controversia extraída de la práctica de los tribunales.

RA9.7. Debatir con otros sobre una cuestión jurídica y alcanzar una posición común sobre ella.

RA9.8. Exponer y defender las posiciones con argumentos técnicos ante un auditorio.

5. Contenidos

Seguidamente se presenta el programa abreviado de la asignatura:

Tema 1.- Estatuto jurídico del empresario.

Tema 2.- Libre competencia y competencia desleal.

Tema 3.- Régimen jurídico de las sociedades mercantiles.

Tema 4.- Derecho concursal.

6. Metodología y plan de trabajo

El aprendizaje de la asignatura, que permitirá al alumno la adquisición de los conocimientos y las capacidades reflejados en las competencias expresadas, se desarrollará a través de clases expositivas y prácticas de aula.

Las clases expositivas se dedicarán a la explicación de los aspectos fundamentales de las materias del programa de la asignatura. De modo orientativo, está previsto que cada epígrafe del programa de la asignatura se desarrolle a lo largo de cada semana lectiva del semestre.

Las clases prácticas tendrán por objeto la resolución de variados casos prácticos, preparación de contratos y otros ejercicios propuestos a los alumnos. Cada estudiante entregará al profesor su trabajo práctico para su evaluación.

La distribución horaria prevista tiene carácter meramente orientativo y podrá sufrir cambios a lo largo del curso, de los que los alumnos serán advertidos convenientemente por el profesor.

El trabajo autónomo del alumno consistirá en el aprendizaje de las materias del programa de la asignatura siguiendo los materiales recomendados y las explicaciones del profesor en las clases expositivas y prácticas. También comprenderá el análisis y la resolución de los casos prácticos y los trabajos propuestos por el profesor. Se incluye la valoración, únicamente aproximativa, de las horas de trabajo autónomo que cada alumno necesitará para superar la asignatura.

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28		60
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	28		
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas			
	Prácticas clínicas hospitalarias			
	Tutorías grupales			
	Prácticas Externas			
	Sesiones de evaluación	4		
No presencial	Trabajo en Grupo			90
	Trabajo Individual	90		
Total		150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

El sistema de evaluación se compone de los siguientes dos elementos:

Primero (40%).- Evaluación continua a cargo del profesor o profesores responsables de cada uno de los grupos.

La evaluación continua se llevará a cabo a través de todas o algunas de las siguientes actividades: Participación activa de los estudiantes en clase, resolución de casos prácticos, elaboración de resúmenes y comentarios de lecturas y otros materiales, tests de control, desarrollo de trabajos individuales o en grupo.

Segundo (60%).- Examen final

Se requerirá en todo caso para aprobar la asignatura la obtención de una puntuación mínima de cinco (5) (sobre diez) en el examen final.

La nota relativa a la participación del alumno en las actividades prácticas puntuables se mantendrá en las convocatorias del curso académico 2017-18.

Para los alumnos a los que se haya concedido la evaluación diferenciada por tener una dedicación a tiempo parcial, el 100% de su nota se formará a partir de la obtenida en el examen final dirigido a los mismos.

Las calificaciones finales posibles de la asignatura serán: Suspenso: 0-4,9; Aprobado: 5-6,9; Notable: 7-8,9; Sobresaliente: 9-10.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Obras de referencia

GARRIGUES, Joaquín: *Curso de Derecho mercantil*, t. I (7ª edic. por A. Bercovitz, 1982); t. II (8ª edic. por F. Sánchez Calero, 1983), Imprenta Aguirre, Madrid. Reimpresión (4 tomos, Temis, Bogotá).

URÍA, Rodrigo: *Derecho mercantil*, últ. edic., M. Pons, Madrid.

URÍA, Rodrigo; MENÉNDEZ, Aurelio (dirs.): *Curso de Derecho mercantil*, vol. 1 (2ª edic., Thomson-Civitas, Cizur Menor-Navarra, 2006), vol. 2 (2ª edic., Thomson-Civitas, Cizur Menor-Navarra, 2007).

Manuales

MENÉNDEZ, Aurelio; ROJO, Ángel (dirs.): *Lecciones de Derecho mercantil*, 2 vols., últ. edic., Thomson-Civitas, Cizur Mayor (Navarra).

SÁNCHEZ CALERO, Fernando; SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, Juan: *Instituciones de Derecho mercantil*, 2 vols., últ. edic., Thomson-Aranzadi, Cizur Menor (Navarra).

BERCOVITZ, Alberto: *Apuntes de Derecho mercantil*, últ. edic., Thomson-Aranzadi, Cizur Menor (Navarra).

BROSETA, Manuel; MARTÍNEZ SANZ, Fernando: *Manual de Derecho mercantil*, últ. edic., Tecnos, Madrid.

VICENT CHULIÁ, Francisco: *Introducción al Derecho mercantil*, últ. edic., Tirant lo Blanch, Valencia.

JIMÉNEZ SÁNCHEZ, Guillermo J. (coord.): *Derecho mercantil*, 2 vols., últ. edic., Ariel, Barcelona.

Junto con la bibliografía anterior es imprescindible el manejo del Código de Comercio y de la legislación mercantil vigente que resulte de aplicación a las materias objeto de estudio, así como la consulta de la doctrina, la jurisprudencia y la documentación que, en cada caso, se indique por el profesor.



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Derecho del Trabajo y Seguridad Social		CÓDIGO	GADEMP01-4-010
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
FERNANDEZ MARQUEZ OSCAR LUIS		marquez@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
FERNANDEZ MARQUEZ OSCAR LUIS		marquez@uniovi.es		
Estrada Alonso Olga		oles@uniovi.es		
Álvarez Alonso Diego		diegoalonso@uniovi.es (English Group)		

2. Contextualización

En los planes de estudios de los grados en Administración y Dirección de Empresas y Economía la asignatura Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social se ubica en el "módulo" formativo Marco Jurídico, y en la "materia" Derecho Privado. Queda enmarcada por consiguiente dentro del espacio o la región de los contenidos jurídicos de estos grados, cuyo objeto es introducir al alumno en aquellos aspectos o parcelas del Derecho que inciden más directamente en la Economía y en la gestión y organización de la empresa. Estos aspectos o parcelas son básicamente el Derecho Civil y Mercantil, el Derecho Administrativo, el Derecho Fiscal y el Derecho del Trabajo. Pero el Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social no sólo conecta, por su objeto o metodología, con las asignaturas jurídicas del Grado, sino también con otras de eminente contenido económico o sociológico; entre las comunes a los dos grados están "Economía Laboral" o "Sociología del Trabajo y las Relaciones Laborales".

La asignatura tiene 6 créditos y es optativa. Su objetivo principal es el estudio de la regulación del trabajo asalariado en España. La perspectiva es esencialmente divulgativa, pues busca que el alumno conozca las instituciones básicas del Derecho del Trabajo español y, particularmente, las partes del mismo que tienen mayor incidencia o proyección en la Economía en general y en la gestión económica de la empresa en particular. El fin último es que el estudiante esté en disposición de plantar cara en condiciones mínimamente solventes a los problemas de utilización de las normas laborales que inevitablemente suscitan las tareas de análisis económico y administración y dirección de las empresas, y particularmente que conozca y pueda utilizar las fuentes del derecho, sepa manejarse con los convenios colectivos, pueda rastrear e interpretar las sentencias laborales, entienda y maneje de manera ajustada a derecho los distintos tipos de contratos de trabajo, conozca el régimen de los despidos, etc.

3. Requisitos

Cursar esta asignatura no requiere el cumplimiento de requisitos previos.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Con esta asignatura se trabajan una serie de competencias genéricas y específicas.

Competencias genéricas:

Capacidad crítica y autocrítica.

Capacidad para tomar decisiones.

Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

Capacidad de organizar y planificar.

Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

Capacidad de análisis y síntesis

Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.

Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.

Capacidad para trabajar de forma autónoma.

Capacidad para trabajar en equipo.

Competencias específicas:

Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

Planificar y gestionar los recursos humanos de una organización.

Realizar la planificación estratégica de la empresa.

Diseñar la estructura organizativa de la empresa.

Comprender los mecanismos básicos de funcionamiento y estructura de los mercados.

Conocer las realidades jurídica y social en las que se desenvuelven los mercados y las empresas.

Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales.

Resultados de aprendizaje:

Conocer la existencia de diversas normas jurídicas, su clasificación y sus fuentes.

Interpretar normas, textos y otros materiales jurídicos.

Analizar críticamente soluciones jurídicas predeterminadas.

Proponer, defender y argumentar soluciones jurídicas.

Aplicar los conocimientos adquiridos a la solución de problemas o supuestos prácticos sobre las

materias del programa.

5. Contenidos

Concepto, origen y funciones del Derecho del Trabajo

Fuentes del Derecho del Trabajo

El trabajador asalariado

El empresario o empleador laboral

El Contrato de Trabajo

Modalidades de la contratación laboral

Prestación de trabajo y salario del trabajador

Vicisitudes en la relación laboral

Extinción del Contrato de Trabajo

Representación de los trabajadores, negociación y conflicto colectivo

6. Metodología y plan de trabajo

METODOLOGÍA

Trabajo presencial:

Clases expositivas

Prácticas de aula

Trabajo no presencial:

Trabajo autónomo

PLAN DE TRABAJO

<i>Temas</i>	<i>Horas totales</i>	<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>	<i>Sesiones de Evaluación</i>	<i>Total</i>	<i>Trabajo autónomo</i>	<i>Total</i>
Concepto, origen y funciones del Derecho del Trabajo		2,5					

Fuentes del Derecho del Trabajo		2	2				
El Trabajador asalariado		4	4				
El empresario o empleador laboral		3,5	4				
El Contrato de Trabajo y sus modalidades		4	4				
Prestación de trabajo y salario		3	4				
Vicisitudes de la relación laboral		3	4				
Extinción del Contrato de Trabajo		4	4				
Representación de los trabajadores, negociación y conflicto colectivo		2	2				
Total	150	28	28	4	60	90	90

MODALIDAD DE APRENDIZAJE	Horas
Clases Expositivas	28
Prácticas de aula / Seminarios / Talleres	28
Sesiones de evaluación	4
Trabajo Individual	90
Total	150

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de los resultados de aprendizaje se llevará a cabo teniendo en cuenta la combinación de dos elementos:

Evaluación continua: Representará el 40 por 100 de la calificación global y será determinada de acuerdo con los siguientes criterios: (1) la participación en las sesiones (teóricas y prácticas); (2) resultados de los casos prácticos cuya realización podrá exigirse a los alumnos; (3) presentación en clase por los alumnos de temas relacionados con el programa de la asignatura, a propuesta del profesor; (4) resultados obtenidos en las encuestas o controles prácticos que el profesor podrá exigir a los estudiantes.

Examen final: realización de una prueba teórica cuyo resultado representará el 60 por 100 de la calificación total de la asignatura. El alumno deberá obtener una puntuación mínima de 3,5 sobre 10 para la superación de la asignatura.

Modelo de evaluación diferenciada para los estudiantes que están matriculados a tiempo parcial

Los estudiantes matriculados a tiempo parcial que cumplan los requisitos establecidos en el Reglamento de Evaluación y hayan solicitado un modelo diferenciado de evaluación podrán obtener el 40% de la calificación que corresponde a la evaluación continua mediante la realización de una prueba complementaria de carácter práctico en el examen final, tras cuya realización el profesor podrá solicitar que sea defendida oralmente, planteando las preguntas que estime oportuno en relación con el caso.

Evaluación en convocatorias extraordinarias

Las calificaciones de evaluación continua del curso se conservarán en las convocatorias extraordinarias para ponderarlas con la nota obtenida en el examen, pero el alumno podrá optar por sustituir tales calificaciones por las que resulten de una prueba complementaria específica que determinará el profesor siempre que así lo firme en el examen escrito.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

MANUALES

Antonio Martín Valverde, Fermín Rodríguez Sañudo, Joaquín García Murcia, *Derecho del Trabajo*, Tecnos, Madrid (última edición).

Ignacio García Perrote-Escartín, *Manual de Derecho del Trabajo*, Tirant lo Blanch, Valencia (última edición).

AA.VV, José María Miranda Boto (coord.), *Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social para titulaciones no jurídicas*, Tecnos., Madrid (última edición).

MONOGRAFÍAS

E. Borrajo Dacruz, Introducción al Derecho del Trabajo, Tecnos, 1994.

A. Guamán Hernández y H. Illueca Ballester, El huracán neoliberal, una reforma contra el trabajo, Sequitur, 2012.

J. Mercader Uguina y J. R., García-Perrote Escartín, Reforma laboral 2012, análisis práctico del RDL 3/2012, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral, Lex Nova, Valladolid, 2012.

Antonio V. Sempere Navarro y R. Martín Jiménez, Claves de la reforma laboral de 2012, Aranzadi, Navarra, 2012.

COMPENDIO NORMATIVO(actualizado de cualquier editorial: Aranzadi, Tecnos, Civitas, La Ley...).

PÁGINAS WEB DE REFERENCIA

www.boe.es

www.bopa.es

www.europa.eu.int

www.ilo.org

www.noticiasjuridicas.com

www.empleo.gob.es

www.tribunalconstitucional.es

www.poderjudicial.es



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Matemática Financiera	CÓDIGO	GADEMP01-4-012
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Sánchez Álvarez Isidro	isidro@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Sánchez Álvarez Isidro	isidro@uniovi.es	(English Group)	

2. Contextualización

La asignatura se enmarca en la materia “Matemáticas” del módulo “Métodos Cuantitativos”. Su objetivo es facilitar al alumno los conceptos fundamentales de matemática financiera desarrollando las habilidades necesarias para interpretar matemáticamente las operaciones financieras más habituales en los mercados financieros. Estos conceptos se aplican a la valoración de operaciones de constitución, préstamos y empréstitos. El último tema introduce las matemáticas actuariales y sus aplicaciones a seguros de vida.

3. Requisitos

Fundamentos de matemática financiera analizados en la asignatura ‘Matemáticas’ de primer curso. Estos conceptos previos serán revisados en la primera sesión teórica de la asignatura para facilitar el estudio por parte de los alumnos.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias genéricas

- CG05 Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- CG06 Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- CG07 Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- CG10 Capacidad crítica y autocrítica.
- CG11 Capacidad para tomar decisiones.
- CG12 Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- CG19 Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- CG20 Contar con valores y comportamientos éticos.

Competencias específicas

- CE06 Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica.
- CE07 Plantear, analizar y resolver modelos matemáticos en el ámbito económico-empresarial.
- CE14 Valorar la idoneidad de los proyectos de inversión y su financiación más adecuada.
- CE20 Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.

Resultados de aprendizaje

- RA4.4 Comprender las leyes financieras y su aplicación para la toma de decisiones de inversión y financiación.
- RA4.5 Analizar las operaciones financieras más habituales como préstamos, empréstitos, cuentas corrientes, en el mercado financiero español.
- Capacidad para diseñar y comprender la matemática de nuevos productos financieros.
- Dominar el uso de software de valoración financiera de uso generalizado, con especial referencia a las hojas de cálculo.
- Comprender la valoración actuarial y sus productos.

5. Contenidos

PROGRAMA ABREVIADO:

Tema 1. RENTAS

Tema 2. OPERACIONES DE CONSTITUCIÓN

Tema 3. PRÉSTAMOS (I)

Tema 4. PRÉSTAMOS (II)

Tema 5. EMPRÉSTITOS

Tema 6. INTRODUCCIÓN A LA MATEMÁTICA ACTUARIAL

Anexo: Liquidación y coste de cuentas corrientes y de crédito.

PROGRAMA:

Tema 1. RENTAS

1.1 Concepto de renta. Elementos y clasificación.

1.2 Rentas constantes.

1.3 Rentas variables.

1.4 Rentas fraccionadas.

Este tema analiza la valoración de conjuntos de capitales, ya sea con cierta estructura regular o no. Se analizan detalladamente los casos de rentas constantes, variables en progresión aritmética y geométrica. Las rentas fraccionadas se estudian como casos particulares, si bien también se explica la plusvalía de frecuencia. Las rentas continuas tan solo se enuncian como caso particular.

En este tema se insiste especialmente en el uso de la hoja de cálculo para calcular los valores presentes y futuros de conjuntos de capitales, tengan o no una estructura regular.

Tema 2. OPERACIONES DE CONSTITUCIÓN

2.1 Planteamiento general.

2.2 Modalidades de constitución.

2.3 Planes de pensiones

Las operaciones de constitución se definen como un caso concreto de conjuntos de capitales, analizando sus diferentes modalidades en relación con los diferentes tipos de rentas. La dinámica de la operación se establece a través del cuadro de constitución. Por último, se describe la matemática de los planes de pensiones como caso aplicado que se completará con el estudio del tema 6.

Tema 3. PRÉSTAMOS (I)

3.1 Planteamiento general.

3.2 Modalidades clásicas de amortización.

3.3 Préstamos a interés variable con índice de referencia.

El capítulo comienza con la definición de operación de amortización, su ecuación de equivalencia financiera, sus elementos y el estudio dinámico a través del cuadro de amortización. Las modalidades de préstamo analizadas son: simple, americano sin y con fondo de amortización, francés, pagos variables en progresión aritmética y geométrica, y cuotas constantes de amortización. En general, se estudia la problemática de la carencia y el fraccionamiento de intereses en todas las modalidades.

Por último, se estudia la operativa financiera de los préstamos con interés variable en función de un índice de referencia. En todos los casos, se hace especial hincapié en el uso de la hoja de cálculo.

Tema 4. PRÉSTAMOS (II)

4.1 Características comerciales. Interés efectivo. TAE.

4.2 Valor financiero, usufructo y nuda propiedad.

4.3 Leasing.

4.4 Hipotecas inversas.

El segundo capítulo dedicado a las operaciones de préstamos se centra fundamentalmente en el cálculo de los intereses efectivos, una vez consideradas las características comerciales. Se analiza en concreto la legislación del Banco de España en relación con el cálculo de la Tasa Anual Equivalente. Este aspecto es especialmente desarrollado a través de la hoja de cálculo.

A continuación, se describen los conceptos y cálculo de valor financiero, usufructo y nuda propiedad, y su aplicación en ciertos ámbitos de valoración. Se analiza la problemática financiera de la refinanciación y cancelación anticipada de préstamos desde varias ópticas, y las operaciones de leasing y renting. Por último, se abordan las hipotecas inversas.

Tema 5. EMPRÉSTITOS

5.1 Conceptos generales y clasificación.

5.2 Métodos de amortización.

5.3 Tantos efectivos. Rentabilidad financiero-fiscal.

5.4 Duración y convexidad.

Los empréstitos se describen como un caso concreto de operación de amortización, relacionando los diferentes métodos con los ya descritos en las operaciones de préstamos. Se analizan los empréstitos amortizables por el método americano, con amortización seca, por reducción de capital y mediante sorteo. En este último caso, se utiliza como método de referencia la amortización mediante pagos constantes, tanto en el caso de empréstitos normales como en el caso de amortización con prima de reembolso y emisión. Para otras variantes, se propone al alumno el estudio financiero mediante hoja de cálculo. En todos los casos, se analizan los tantos efectivos y la influencia de los impuestos.

Por último, se estudia la valoración de títulos en el mercado y los aspectos de riesgo de interés a través de los conceptos de duración y convexidad.

Tema 6. INTRODUCCIÓN A LA MATEMÁTICA ACTUARIAL

6.1 Teoría de la supervivencia. Tablas de mortalidad.

6.2 Valoración de rentas actuariales en caso de supervivencia.

6.3 Valoración actuarial de capitales en caso de fallecimiento.

6.4 Cálculo de primas de seguros.

El último capítulo es una introducción detallada a las valoraciones actuariales, dado que los graduados se enfrentan en muchos casos a productos y valoraciones financieras que requieren conocer los fundamentos de valoración de las operaciones de seguro. Esta asignatura se centra en los seguros de vida, dado su mayor interés en la formación de los titulados.

La teoría de la supervivencia, y el estudio de las funciones biométricas de las tablas de mortalidad, son el punto de partida para definir los principios de valoración actuarial y su relación con las valoraciones financieras de los capítulos anteriores. Usando fundamentalmente la hoja de cálculo, se establece la valoración de rentas actuariales de supervivencia sobre una o varias personas, y la valoración de capitales en caso de fallecimiento. En ambos casos, se establece su utilidad para calcular primas de seguros de vida.

ANEXO: Liquidación y coste de cuentas corrientes y de crédito.

En el anexo se estudiará la liquidación y cálculo de la TAE en las cuentas corrientes y de crédito.

Material de consulta recomendado:

- PABLO LÓPEZ, A. (2013): *Manual práctico de matemática comercial y financiera: Lógica financiera. Rentas. Operaciones a corto plazo*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid
- PABLO LÓPEZ, A. (2013): *Manual práctico de matemática comercial y financiera: Préstamos y Empréstitos. Riesgo y gestión de renta fija. Leasing, inflación y otras operaciones*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.
- PABLO LÓPEZ, A. (2011): *Valoración financiera*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.
- MORENO RUIZ; R et al. (2010): *Matemática de los seguros de vida*. Editorial Pirámide. Madrid

6. Metodología y plan de trabajo

Evaluación	7				7	7			
Total horas	150	28	21	4	7	60	0	90	90
(%)	100	18,7	14	2,7	4,7	40	0	60	60

Cronograma (actualizable semanalmente en el Campus Virtual):

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Revisión de conceptos básicos Rentas constantes.	Repaso de los conceptos básicos. Rentas constantes. Resolución de ejemplos propuestos.
2	Rentas variables y fraccionadas. Valoración con hoja de cálculo.	Rentas variables. Resolución de ejercicios de rentas propuestos. Hoja de cálculo.
3	Operaciones de constitución	Resolución de problemas propuestos.
4	Prácticas temas 1 y 2.	Preparación prueba de seguimiento.
5	Préstamos. Modalidades clásicas de amortización	Préstamos. Métodos de amortización. Resolución de problemas propuestos.
6	Préstamos con referencia a índices.	Préstamos con índices de referencia. Resolución de problemas propuestos.
7	Interés efectivo y TAE. Valoración financiera. Análisis de la cancelación anticipada.	TAE. Valoración financiera. Resolución de problemas propuestos.
8	Leasing y renting. Hipotecas inversas. Valoración con hoja de cálculo.	Resolución de problemas con hoja de cálculo y otros problemas propuestos. Preparación prueba de seguimiento
9	Prueba de seguimiento. Empréstitos. Métodos de amortización. Coste para el emisor y rentabilidad para el obligacionista.	Métodos de amortización. Resolución de problemas propuestos.
10	Rentabilidad financiero-fiscal. Duración y convexidad. Valoración con hoja de cálculo.	Impuestos. Riesgo de interés. Resolución de problemas propuestos.
11	Prácticas tema 5	Preparación de la prueba de seguimiento.
12	Prueba de seguimiento. Principios de valoración actuarial. Rentas actuariales de supervivencia.	Tablas de mortalidad. Valoración de rentas actuariales.
13	Capitales por fallecimiento. Valoración con hoja de cálculo	Preparación prueba hoja de cálculo.

14	Cuentas corrientes y de crédito.	Preparación trabajo global.
	Prueba de hoja de cálculo.	

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

CONVOCATORIA ORDINARIA (primer semestre)

Evaluación continua

La calificación final será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final. La evaluación continua tendrá una ponderación del 60% y el examen final del 40%.

La evaluación continua puede ser recuperada o mejorada en el examen final realizando las pruebas correspondientes a dichos módulos, manteniendo la misma ponderación. Los exámenes parciales suspensos tienen que ser recuperados en el examen final. Todos los exámenes parciales deben ser aprobados para superar la asignatura. El alumno deberá participar activamente al menos en el 50% de las pruebas de evaluación continua para poder acceder a esta opción.

Examen final sin evaluación continua

Los estudiantes que no hayan participado activamente al menos en el 50% de la evaluación continua, serán evaluados mediante un examen final con una calificación máxima de 6 puntos.

Alumnos a tiempo parcial

Los estudiantes que sigan el régimen de 'dedicación a tiempo parcial' serán evaluados mediante un examen final.

CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS (segundo semestre)

Todos los estudiantes, sea cual sea su régimen de dedicación, serán evaluados mediante un examen final.

Tabla resumen 1

Convocatoria	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinaria	Evaluación continua + Examen final	100%
	Sólo Examen Final	60%
Extraordinaria	Examen final	100%
Dedicación parcial	Examen final	100%

Tabla resumen 2

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
------------	-----------------------	-----------------------------------

Evaluación Continua	<ul style="list-style-type: none"> • Pruebas de evaluación temas 1 y 2 • Pruebas de evaluación temas 3 y 4 • Pruebas de evaluación tema 5 • Pruebas de evaluación tema 6 	<ul style="list-style-type: none"> • 20% • 20% • 10% • 10%
Examen final <i>(con evaluación continua)</i>	<p>Examen final: Pruebas de informática, anexo y trabajo.</p> <p>Opción a mejorar la evaluación continua (sólo para estudiantes con participación activa al menos en el 50% de la evaluación continua)</p>	<p>40%</p> <p>60% recuperable</p>
Examen final <i>(sin evaluación continua)</i>	Examen final	60%

Código ético.

Todos los estudiantes deben cumplir con el siguiente código de conducta:

- Las respuestas a los trabajos propuestos y exámenes deben ser trabajo propio, salvo que específicamente se establezcan otros criterios.
- No deben realizarse actividades que, de forma deshonesto, mejoren sus resultados o afecten positiva o negativamente a los resultados de otros estudiantes.
- No deben realizarse engaños, plagios o usos impropios o ilegales de la tecnología.

El no cumplimiento de estas condiciones implicará una calificación de cero para la prueba o actividad realizada, y su posterior comunicación para posteriores actuaciones.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

- BONILLA, M. IVARS, A. MOYA, I. (2006): *Matemática de las Operaciones Financieras. Teoría y práctica*. Ed. Thomson. Madrid.
- CABELLO, J.M. et al. (2008): *Matemáticas financieras aplicadas*. Alfa Centauro.
- CASTEDO BARTOLOMÉ, P. y CASILLAS CUEVAS, A. (2012): *Matemáticas financieras (a través de los exámenes del Banco de España)*, Centro de Estudios Financieros. Madrid.
- CORDOBA BUENO, A. (2011): *Fundamentos y práctica de las matemáticas financieras*. Editorial Dykinson.
- MORENO RUIZ; R et al. (2010): *Matemática de los seguros de vida*. Editorial Pirámide. Madrid
- PABLO LÓPEZ, A. (2013): *Manual práctico de matemática comercial y financiera: Lógica financiera. Rentas. Operaciones a corto plazo*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid
- PABLO LÓPEZ, A. (2013): *Manual práctico de matemática comercial y financiera: Préstamos y Empréstitos. Riesgo y gestión de renta fija. Leasing, inflación y otras operaciones*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.
- PABLO LÓPEZ, A. (2011): *Valoración financiera*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.
- PALACIOS, H. E. (1996): *Introducción al Cálculo Actuarial*, Editorial Mapfre, Madrid.

El alumno dispone de material de estudio complementario en la plataforma de enseñanza virtual de la Universidad de Oviedo: <http://www.uniovi.es/recursos/campusvirtual>

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Comercio Exterior	CÓDIGO	GADEMP01-4-013
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES		EMAIL	
Fonseca Peña Alberto		afonseca@uniovi.es	
PROFESORADO		EMAIL	
BLANCO GONZALEZ JAVIER AVELINO		blanco@uniovi.es	
Fonseca Peña Alberto		afonseca@uniovi.es (English Group)	
CENICEROS GONZALEZ MARIA ELENA		mceni@uniovi.es	

2. Contextualización

La asignatura de Comercio Exterior es una asignatura optativa que se imparte en el primer semestre del cuarto curso de los Grados en Economía y en Administración y Dirección de Empresas (ADE). Para el Grado en Economía, está inscrita en el Módulo de Economía Española, Internacional y Sectorial, dentro de la Materia Relaciones Económicas Internacionales. Para el Grado en ADE, está inscrita en el Módulo de Entorno Económico, dentro de la Materia Relaciones Económicas Internacionales de la Empresa.

Esta asignatura se estructura en tres partes, que van de lo general a lo particular:

En la primera parte se establece el marco general de la economía política de la política comercial, la importancia de los procesos de negociación comercial, identificando a los agentes participantes (grupos de presión, gobiernos, países), así como el desarrollo de dichos procesos; así como los instrumentos de la política comercial. Serán argumentos fundamentales: las ventajas e inconvenientes del libre comercio, el papel de los grupos de presión y la búsqueda de rentas, así como la teoría de juegos y de negociación.

En la segunda parte se describe el marco institucional en el que se desarrollan las operaciones de comercio exterior, tanto a nivel mundial como en la Unión Europea. En este caso, los conceptos básicos se relacionan con la OMC, las Rondas de Negociación Comercial, y la Política Comercial Europea.

En la tercera y última parte se introducen las distintas formas que las empresas con vocación internacional pueden emplear para introducirse en los mercados exteriores, haciendo especial énfasis en la opción exportadora, para lo cual se estudiarán los distintos instrumentos de apoyo, su terminología, problemas y técnicas específicas, así como los principales protagonistas implicados en toda operación de comercio exterior. Serán conceptos fundamentales: el ICEX, la contratación internacional, la logística, y la financiación de las operaciones de comercio exterior, entre otros.

3. Requisitos

Para el seguimiento adecuado de la asignatura se exige conocimientos de Economía Mundial y de Microeconomía.

Complementariamente, se recomienda a los alumnos del Grado en Administración y Dirección de Empresas el seguimiento de la asignatura Relaciones Económicas Internacionales, así como la de Economía Internacional para los alumnos del Grado en Economía. La combinación de estas asignaturas

permite que el estudiante elabore un currículum personal orientado al comercio exterior y las relaciones económicas internacionales. Sin embargo, no es necesario cursar previamente ninguna de las dos asignaturas mencionadas, ya que se parte de un nivel básico en todos los casos estudiados.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias genéricas

- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad para trabajar y aprender de forma autónoma.
- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
- Resolución de problemas.
- Trabajo en un contexto internacional.
- Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad.
- Manejo de fuentes en el idioma inglés
- Razonamiento crítico.
- Compromiso ético.
- Adaptación a las nuevas situaciones.
- Motivación por la calidad.
- Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

Competencias específicas

- Comprender la lógica y la dinámica de los procesos de negociación comercial internacional.
- Dominar el análisis de los efectos de las barreras al comercio.
- Conocer el papel de los grupos de presión en la elaboración de la política comercial.
- Comprender las distintas estrategias de crecimiento internacional de la empresa.

- Comprender y analizar el contexto político-económico en el cual desarrollan las empresas sus actividades de comercio exterior.
- Conocer y coordinar los procedimientos necesarios para el tránsito internacional de productos.
- Ser capaz de gestionar una operación internacional de importación / exportación.
- Conocer los regímenes aduaneros, cambiarios, impositivos, tributarios, crediticios y de seguros, para la importación y exportación de productos.
- Analizar y utilizar las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en el ámbito de las relaciones comerciales.
- Desarrollar el espíritu emprendedor y la creación de empresas comerciales.

Resultados de aprendizaje:

- Aplicar los conceptos y procedimientos básicos del Comercio Exterior.
- Comprender el contexto institucional y económico en que los países y empresas deben desarrollar su actividad exportadora.
- Utilizar los instrumentos de análisis económico más adecuados para valorar las políticas proteccionistas.
- Comprender los principales retos a los que se enfrentan las empresas para llevar a cabo una operación de exportación y discutir sus posibles soluciones.
- Manejar herramientas informáticas que le permitan acceder, individualmente y en grupo, a información y documentos vinculados a las operaciones de exportación.
- Usar las tecnologías de la información como forma de comunicación en un entorno de trabajo internacional.
- Discutir y argumentar en un grupo de trabajo multicultural los principales problemas asociados a la actividad exportadora.
- Mejorar la capacidad para resolver, informar y asesorar sobre cuestiones de Comercio Exterior.

5. Contenidos

PARTE	I
1. LOS ARGUMENTOS PARA EL LIBRE COMERCIO Y PARA LA PROTECCIÓN	
2. LOS INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL	
3. LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA POLÍTICA COMERCIAL	
PARTE	II
4. LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES Y LA OMC	
5. LA POLÍTICA COMERCIAL COMÚN DE LA UNIÓN EUROPEA	
PARTE	III
6. EL ÁMBITO INSTITUCIONAL Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	
7. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL, LA LOGÍSTICA Y EL TRASPORTE	
8. LA FINANCIACIÓN, LOS MEDIOS DE PAGO Y LA COBERTURA DE RIESGOS	
9. LA DOCUMENTACIÓN Y LA ADUANA EN COMERCIO EXTERIOR	

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de enseñanza-aprendizaje utilizada en la asignatura Comercio Exterior se basa en la combinación de actividades presenciales y no presenciales, incentivando en todo caso la participación activa del alumno/a, mediante la introducción de elementos de diálogo y argumentación a lo largo de las clases, con la intención de evaluar su comprensión respecto a los temas explicados.

En esta disciplina la teoría y la praxis forman un conjunto perfectamente integrado, de tal forma que no es admisible el planteamiento de un método didáctico sin tener en consideración la práctica como parte integrante del mismo, en la cual se intenta poner al alumno en contacto con la realidad y la confrontación de los conocimientos teóricos. Por este motivo, se realizan prácticas de aula que consisten en la resolución de supuestos y casos en los que los alumnos adquieren un papel activo, sedimentando así los conocimientos previamente adquiridos y detectando las dudas y lagunas que puedan surgir en su ejecución.

Los alumnos disponen de varios materiales didácticos básicos así como materiales de apoyo para complementar tanto los aspectos teóricos como prácticos de la asignatura. También páginas web de organismos nacionales e internacionales de las que pueden obtener información relevante y actualizada.

Además del material anterior, los profesores ponen a disposición del alumno/a en Uniovi Virtual otros contenidos útiles.

Se detalla a continuación la metodología de trabajo propuesta en esta asignatura, la cual aparece clasificada en las siguientes actividades:

Actividades presenciales
- Clases expositivas: Se utilizará el modelo de "lección magistral", sobre todo en las clases teóricas, al ofrecer la posibilidad al profesor de incidir en lo más importante de cada tema, dominar el tiempo de exposición y presentar una determinada forma de trabajar y estudiar la asignatura.
- Prácticas de aula: Se utilizará el "modelo participativo" ya que se pretende primar la comunicación entre los estudiantes, así como entre los estudiantes y el profesor.
- Sesiones de evaluación: Pruebas escritas de carácter teórico y práctico para evaluar el progreso del estudiante.

Actividades no presenciales
Trabajo autónomo del estudiante: i) Estudio de contenidos relacionados con las "clases teóricas", ii) Estudio y trabajo relacionado con las "clases prácticas" y iii) Resolución de actividades, lecturas, casos y ejercicios sugeridos a través de Uniovi Virtual.

Se ofrece a continuación una estimación del número de horas para cada actividad:

Presenciales:		60
- Clases expositivas:		28
- Prácticas de aula:		28
- Sesiones de evaluación:		4
Trabajo autónomo:	90	

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La valoración de los resultados del aprendizaje se basará en la evaluación continua y el examen final.

1. Evaluación continua.
Este tipo de evaluación permite recabar información acerca de cada alumno/a y adaptar el ritmo y la metodología empleada en el caso de que fuese necesario.

En las clases expositivas, en las prácticas, o a través del campus virtual, el profesor propondrá actividades a los alumnos/as. Dichas actividades podrán consistir en: búsqueda de información relevante, lecturas, comentarios, resolución de supuestos, ejercicios, debates, etc., y aunque tendrán carácter voluntario formarán parte de la evaluación continua. Igualmente, el profesor podrá plantear pruebas de evaluación continua sobre las actividades propuestas o sobre los contenidos estudiados en la asignatura hasta la fecha. Estas pruebas serán de entrega inmediata en las clases, y podrán ser sin previo aviso a lo

largo del curso.

Cuando la actividad del alumno provoque un anormal desarrollo de las clases o dificulte el desarrollo de las mismas se tendrá en cuenta negativamente en la evaluación continua del alumno.

2. Examen final.
Se trata de la valoración global realizada al final del proceso de aprendizaje, donde se cuantifica y evalúa dicho proceso mediante una calificación. Su finalidad básica será la de medir el nivel del alumno al término de la asignatura.

El examen final será escrito, abarcando las preguntas tanto cuestiones teóricas como prácticas.

3. Sistema de calificación
En la calificación final de esta asignatura la evaluación continua tendrá un peso del 40%. La nota de evaluación continua procederá de las actividades propuestas y de las pruebas de entrega inmediata descritas en el apartado "Evaluación continua". Tanto dichas actividades y pruebas como el examen final, el cual supondrá el 60% restante de la calificación final, persiguen discriminar el cumplimiento individual de los objetivos propuestos.

Independientemente de la calificación de evaluación continua, para aprobar la asignatura es imprescindible obtener, como mínimo, 2 puntos en la calificación del examen. La nota de evaluación continua es válida para las convocatorias ordinaria y extraordinaria del curso académico en el que los estudiantes están matriculados.

4. Evaluación diferenciada.
En el caso de alumnos que hayan obtenido la autorización del Centro para este tipo de evaluación, la prueba final (a celebrar en el momento del examen final), estará compuesta por el propio examen final, que aportará hasta el 60% de la nota, y una prueba complementaria de carácter escrito, con un valor máximo del 40%, permitiéndose así obtener una calificación máxima de 10 puntos.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Todos los materiales que se distribuyan en clase (lecturas, esquemas, supuestos prácticos, ejercicios) estarán a disposición de los/as alumnos/as en Uniovi Virtual.

Bibliografía básica:

PARTES I y II
- Bengoechea, A. et al. (2002): Economía internacional. Cuestiones y ejercicios resueltos, Prentice Hall, Madrid.
- Feenstra, R. C. y Alan M. Taylor (2011): Comercio internacional, Editorial Reverté, Barcelona.
- Krugman, P. R., M. Obstfeld y M.J. Melitz (2012, 9 Ed.): Economía internacional. Teoría y política, Pearson Educación, Madrid.

PARTE III

- Billón, M. y M. P. Sánchez (1999): Ejercicios prácticos de comercio exterior, Akal Ediciones, Madrid.
- ICEX (2005): Operativa y práctica del comercio exterior. Curso básico, Madrid.
- ICEX (2005): Estrategia y gestión del comercio exterior. Curso superior, Madrid.

Bibliografía complementaria:

PARTES I y II
- Appleyard, D. R. y A. J. Field (2003, 4 Ed.): Economía Internacional, McGraw-Hill, Mexico.
- Baldwin, R. y C. Wyplosz (2012, 4 Ed.): The Economics of European Integration, McGraw-Hill, Berkshire.
- Lindert, P. H. (1994): Economía internacional, Ariel, Barcelona.
- Pugel, T.A. (2004, 12 Ed.): Economía internacional, McGraw-Hill, Madrid.
- Tugores, J. (2006): Economía internacional: globalización e integración regional, McGraw-Hill, Madrid.

PARTE III

- Daniels, J.D. et al. (2004, 10 Ed.): Negocios internacionales. Ambientes y operaciones, Prentice Hall, Mexico.

- Páginas
- World Trade Organization (Organización Mundial de Comercio): www.wto.org
 - Unión Europea: http://europa.eu.int/index_es.htm
 - ICEX: www.icex.es
 - Cámaras de Comercio: www.camaras.com
 - Secretaría de Estado de Comercio: <http://www.comercio.gob.es/>



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Relaciones Económicas Internacionales		CÓDIGO	GADEMP01-4-014
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES	EMAIL			
PEREZ RIVERO JOSE LUIS	jrivero@uniovi.es			
PROFESORADO	EMAIL			
PEREZ RIVERO JOSE LUIS	jrivero@uniovi.es			

2. Contextualización

Relaciones Económicas Internacionales (REI en adelante) es una asignatura de carácter optativo del Grado en Administración y Dirección de Empresas. Forma parte del módulo *Entorno Económico*, y en particular de la *Materia 2, Relaciones Económicas Internacionales de la Empresa*, y se imparte en el cuarto curso del Grado, en el primer semestre

REI es una asignatura muy relacionada con las materias precedentes que analizan la globalización y las relaciones económicas internacionales, como *Economía Mundial* y *Economía Española y de la Unión Europea*, y también con otra optativa, *Comercio Exterior*, del mismo módulo *Entorno Económico*. Asimismo, está emparentada con otras asignaturas, entre las que cabe mencionar *Dirección Internacional*. Finalmente, en REI se aplican instrumentos de análisis económico desarrollados en *Introducción a la Microeconomía*, *Introducción a la Macroeconomía* y *Análisis Económico para la Empresa*.

En REI se profundiza en el análisis económico de la globalización iniciado en *Economía Mundial*, tanto en las relaciones internacionales basadas en el comercio como en las derivadas de los flujos financieros entre países. De esta forma, en primer lugar se aborda el análisis de las relaciones comerciales entre países, analizando las teorías más tradicionales y los enfoques más recientes, así como los efectos de los instrumentos más básicos de política comercial. En segundo lugar, se aborda el estudio de la determinación de los tipos de cambio en los mercados de divisas, los regímenes cambiarios, la financiación internacional de la economía y su posición exterior.

3. Requisitos

En principio, los requisitos son los naturales de una asignatura de cuarto curso del Grado en ADE: haber aprovechado satisfactoriamente los estudios de los cursos previos.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias Genéricas

CG1.-Capacidad de análisis y síntesis

CG2.-Capacidad de aprendizaje

CG3.-Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia

CG5.-Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo

CG6.-Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación

CG7.-Capacidad para trabajar de forma autónoma

CG8.-Capacidad para trabajar en equipo

CG9.-Capacidad para trabajar en un contexto de carácter internacional

CG10.- Capacidad crítica y autocrítica

CG12.-Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica

CG20.-Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho

CG21.- Contar con valores y comportamientos éticos

Competencias Específicas

ADE_CE3.-Comprender los mecanismos básicos de funcionamiento y estructura de los mercados

ADE_CE4.-Comprender el contexto macroeconómico en los que se desenvuelve la actividad empresarial

ADE_CE5.-Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales

ADE_CE6.- Identificar y aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis de la información económica

ADE_CE18.-Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado

ECO_CE8.- Comprender y valorar la dimensión internacional de la economía

ECO_CE16.- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la economía (internacional, nacional o regional) o de sectores de la misma

Resultados de aprendizaje

RA1: comprender las principales cuestiones del entorno económico tanto de forma individual como mediante la discusión en equipos de trabajo plurales

RA2: aplicar los conceptos y métodos básicos de la Economía para entender y analizar problemas del entorno económico de las empresas

RA3: aprender a utilizar los instrumentos de análisis económico más adecuados para valorar el impacto que el entorno económico tiene sobre las decisiones empresariales

RA4: mejorar su capacidad para obtener e interpretar por sí mismos la información y los materiales necesarios para comprender el entorno económico, reconociendo los distintos niveles de calidad de los mismos

RA5: afianzar su capacidad para el manejo de herramientas informáticas que le permitan aproximarse,

individualmente y en grupo, a la realidad del entorno económico de las empresas

RA6: afianzar su capacidad para el uso de las tecnologías de la información como forma de comunicación en un entorno de trabajo internacional

5. Contenidos

Programa:

Parte I. La empresa y el comercio internacional

Tema 1. Los enfoques tradicionales para el estudio del comercio internacional

- 1.1. El modelo ricardiano
- 1.2. El modelo de Heckscher-Ohlin

Tema 2. Las empresas en la economía global (I)

- 2.1. Competencia monopolística y comercio
- 2.2. Respuestas de las empresas al comercio

Tema 3. Las empresas en la economía global (II)

- 3.1. Outsourcing internacional
- 3.2. Multinacionales

Tema 4. La política comercial y la empresa

- 4.1. Instrumentos básicos de la política comercial
- 4.2. Debates sobre política comercial

Parte II. La empresa y la economía monetaria internacional

Tema 5. El mercado de divisas y los tipos de cambio

- 5.1. Los tipos de cambio y el mercado de divisas: aspectos básicos
- 5.2. Los regímenes cambiarios

Tema 6. Los tipos de cambio a corto y largo plazo

- 6.1. Los tipos de cambio a corto plazo
- 6.2. Los tipos de cambio a largo plazo

Tema 7. Posición exterior de la economía

- 7.1. Saldo corriente y riqueza externa
- 7.2. Ahorro e inversión en la economía mundial

Bibliografía:

Básica:

KRUGMAN, P. R., OBSTFELD, M. y MELITZ, M. J. (2016): *Economía internacional. Teoría y política*, 10ª edición. Pearson, Madrid.

Complementaria:

FEENSTRA, R. C y TAYLOR, A. M. (2011): *Comercio internacional*. Editorial Reverté, Barcelona.

FEENSTRA, R. C y TAYLOR, A. M. (2012): *Macroeconomía internacional*. Editorial Reverté, Barcelona.

Guía bibliográfica detallada por temas:

Temas	Bibliografía Básica	Bibliografía Complementaria
Tema 1	KOM caps. 3 y 5	FT 2011 caps. 2 y 4
Tema 2	KOM caps. 7 y 8	FT 2011 cap. 6
Tema 3	KOM cap. 8	FT 2011 cap. 7
Tema 4	KOM caps. 9 y 10	FT 2011 caps. 8, 9 y 10
Tema 5	KOM caps. 14 y 15	FT 2012 caps. 1 y 2
Tema 6	KOM cap. 15 y 16	FT 2012 caps. 3 y 4
Tema 7	KOM cap. 13	FT 2012 caps. 5 y 6

Nota: KOM hace referencia al manual de Krugman, Obstfeld y Melitz, y FT a los manuales de Feenstra y Taylor.

6. Metodología y plan de trabajo

Trabajo presencial:

- Clases teóricas. El profesor expondrá de forma interactiva los contenidos conceptuales relacionados con cada tema del programa.
- Prácticas de aula. Estas clases tienen por finalidad la interacción de alumnos y profesor para la reelaboración de los conceptos.

Trabajo no presencial:

Las tareas no presenciales que los alumnos tienen que llevar a cabo para el buen seguimiento de REI incluyen trabajo individual y estudio autónomo, y consistirán principalmente en:

- Lectura previa de los materiales facilitados por el profesor para seguir las clases teóricas
- Realización de ejercicios y análisis de casos prácticos
- Lectura y análisis de textos
- Estudio personal y preparación de pruebas de evaluación

Una estimación de la carga de trabajo medida en horas de las tareas presenciales y no presenciales se recoge en las tablas presentadas a continuación.

Temas	TRABAJO PRESENCIAL						TRABAJO NO PRESENCIAL		Total
	Horas totales	Clase Expositiva	Prácticas de aula	Prácticas de aula de informática	Sesiones de Evaluación	Total	Trabajo grupo	Trabajo autónomo	
1	20	4	4			8		12	12
2	21	4	4			8		13	13
3	21	4	4			8		13	13
4	21	4	4			8		13	13
5	21	4	4			8		13	13
6	21	4	4			8		13	13
7	21	4	4			8		13	13

Otras actividades	4				4				
Total horas	150	28	28		4	60		90	90
(%)	100	18,7	18,7		2,6	40		60	60

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7	60 (40%)
	Práctica de aula	28	18,7	
	Sesiones de evaluación	4	2,6	
No presencial	Trabajo en Grupo			90 (60%)
	Trabajo Individual	90	60	
	Total	150		

A continuación se muestra un cronograma orientativo en el que se detallan las actividades previstas en el periodo temporal asignado.

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Teoría y prácticas del Tema 1	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
2	Teoría y prácticas del Tema 1	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal

3	Teoría y prácticas del Tema 2	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
4	Teoría y prácticas del Tema 2	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
5	Teoría y prácticas del Tema 3	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
6	Teoría y prácticas del Tema 3	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
7	Teoría y prácticas del Tema 4	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
8	Teoría y prácticas del Tema 4	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
9	Teoría y prácticas del Tema 5	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
10	Teoría y prácticas del Tema 5	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
11	Teoría y prácticas del Tema 6	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
12	Teoría y prácticas del Tema 6	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
13	Teoría y prácticas del Tema 7	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal
14	Teoría y prácticas del Tema 7	Realización de ejercicios; lectura y análisis de textos; estudio personal

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

a evaluación de REI se basa en:

- Las actividades de evaluación continua, que no podrán recuperarse en los exámenes, ni en el ordinario ni en el extraordinario
- El examen final, que se celebrará en la fecha fijada por el centro

Las actividades de evaluación continua consistirán en:

Tareas propuestas por el profeso. Estas tareas podrán consistir en diversas actividades: resolución de ejercicios, trabajo de lecturas, búsqueda y manipulación sencilla de información estadística, etc. Estas tareas serán convenientemente propuestas por el profesor (en las diversas sesiones presenciales y en el Campus Virtual).

En el examen final se evalúa toda la materia de la asignatura, mediante cuestiones tanto teóricas como

prácticas, pudiendo adoptar la forma de test, ejercicios, etc. Las pruebas de seguimiento de la evaluación continua no liberan materia, es decir, en el examen se evaluarán todos los contenidos de todos los temas.

La calificación final, en todas las convocatorias, será una suma de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

En el caso de que existan alumnos en la modalidad de evaluación diferenciada, en el examen final se incluirá una prueba equivalente al 40% de la evaluación continua.

Cuadro resumen:

Pruebas de evaluación	Peso en la calificación final (% ó puntos)
Evaluación continua <ul style="list-style-type: none">• Tareas propuestas	40%
Examen Final	60%
Evaluación diferenciada	100%

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía:

Básica:

KRUGMAN, P. R., OBSTFELD, M. y MELITZ, M. J. (2016): *Economía internacional. Teoría y política*, 10ª edición. Pearson, Madrid.

Complementaria:

FEENSTRA, R. C y TAYLOR, A. M. (2011): *Comercio internacional*. Editorial Reverté, Barcelona.

FEENSTRA, R. C y TAYLOR, A. M. (2012): *Macroeconomía internacional*. Editorial Reverté, Barcelona.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Economía Laboral	CÓDIGO	GADEMP01-4-015
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Rodríguez Gutiérrez Cesar	crodrri@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Rodríguez Gutiérrez Cesar	crodrri@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura Economía Laboral es una optativa impartida por el Área de Fundamentos del Análisis Económico (Departamento de Economía) en el cuarto curso de los Grados en Economía y Administración y Dirección de Empresas. La asignatura se integra en el módulo de Análisis Económico y en la materia de Economía. El plan de estudios tiene asignados a esta asignatura 6 créditos ECTS, impartidos a lo largo del segundo semestre. El objetivo fundamental de la misma consiste en ofrecer una panorámica de las principales cuestiones que son objeto de estudio de la Economía Laboral. Aunque la Economía Laboral no contiene un tipo de análisis metodológicamente distinto al macro o al microeconómico, en la literatura económica han ido sedimentando en este campo un conjunto de problemas específicos e, incluso, unas técnicas de análisis peculiares, que le han dado la entidad suficiente como para ser objeto de un estudio particularizado.

Este programa se estructura en once temas agrupados en cinco grandes secciones. El programa arranca con una sección introductoria (Tema 1) en la que se plantea el concepto de Economía Laboral, se desarrollan los rasgos específicos del mercado de trabajo, se ofrece una panorámica de las diversas corrientes de pensamiento que han abordado el estudio de la Economía Laboral, se definen las principales magnitudes (activos, ocupados y parados) y, finalmente, se recogen los hechos más notables en el comportamiento reciente del mercado de trabajo español.

Por razones de muy diversa índole, de entre todas las posibles aproximaciones al estudio de la Economía Laboral, el enfoque neoclásico ha sido el que más desarrollos teóricos y más estudios empíricos ha generado, por lo que será predominante a lo largo de todo el programa.

La segunda sección (Temas 2 a 5) contiene el análisis de la oferta de trabajo. Se estudian las características de la oferta de trabajo, tanto a corto como a largo plazo, haciendo especial hincapié en la teoría del capital humano. También se describen las evidencias empíricas disponibles sobre estas cuestiones.

La sección tercera (Tema 6) analiza el otro aspecto relevante del mercado laboral, esto es, la demanda de trabajo. El desarrollo de la teoría de la productividad marginal se complementa con la moderna visión del trabajo como un factor "cuasi-fijo".

Una vez realizado el estudio de ambas partes del mercado, la sección cuarta (Temas 7 a 10) conjuga los aspectos de oferta y demanda para describir el funcionamiento global del mercado, centrándose en el análisis de los procesos de ajuste, las diferencias salariales y la discriminación. También se analiza el efecto de los sindicatos sobre las diferencias salariales, y la determinación de los salarios en el marco de los llamados mercados internos de trabajo.

Finalmente, la sección quinta (Tema 11) aborda el estudio del problema del desempleo. En él se

analizan las razones de su existencia y se describen las políticas utilizadas para combatirlo.

3. Requisitos

Aunque no existe ningún requisito administrativo se recomienda que el alumno haya cursado previamente las asignaturas básicas de Teoría Económica (Introducción a la Microeconomía, Introducción a la Macroeconomía, Análisis Económico para la Empresa-ADE, Microeconomía I y II-ECO y Macroeconomía I y II-ECO)

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias genéricas o transversales

En esta asignatura se desarrollarán las siguientes competencias genéricas:

Competencias Instrumentales:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Conocimientos generales básicos.
- Conocimientos básicos de la profesión.
- Comunicación oral y escrita en la propia lengua.
- Resolución de problemas.

Competencias interpersonales:

- Capacidad crítica y autocrítica.
- Trabajo en equipo.
- Habilidades interpersonales.
- Capacidad para comunicarse con expertos de otras áreas.

Competencias sistémicas:

- Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.
- Habilidades de investigación.
- Capacidad de aprender.
- Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Habilidad para trabajar de forma autónoma.

Competencias específicas de la materia

El alumno deberá ser capaz de:

- Identificar los rasgos específicos y distintivos del mercado de trabajo.
- Utilizar las principales fuentes de información referidas al mercado de trabajo español.
- Interpretar los datos e indicadores básicos referidos al mercado de trabajo.
- Diferenciar los distintos modelos de oferta de trabajo.
- Comprender los efectos de las políticas sociales sobre la eficiencia del sistema.
- Asimilar el concepto de capital humano.
- Entender los motivos que llevan a la inversión en capital humano y calcular su rendimiento.
- Entender las causas y los efectos de las migraciones sobre el mercado de trabajo.
- Conocer los modelos que explican la existencia de diferencias salariales.
- Diferenciar entre los distintos modelos de discriminación laboral.
- Explicar el papel de los sindicatos en el mercado de trabajo.
- Definir y distinguir los diferentes tipos de desempleo así como las políticas que se pueden implementar para reducir la tasa de paro.
- Capacidad para desarrollar proyectos de investigación en el ámbito laboral.

5. Contenidos

I. INTRODUCCIÓN

TEMA 1.-EL MERCADO DE TRABAJO: DESCRIPCIÓN Y ENFOQUES ANALÍTICOS ALTERNATIVOS

1. Concepto de Economía Laboral.
2. Rasgos específicos del mercado de trabajo.
3. El marco analítico para el estudio de la economía laboral.
4. Aproximaciones alternativas.
5. *Stocks* y flujos del mercado de trabajo: definición de las principales magnitudes.
6. El mercado de trabajo español: evolución y situación actual.

Se comienza el curso exponiendo una serie de conceptos básicos con objeto de iniciar al alumno en el estudio de la Economía Laboral. Se pasa a continuación a explicar cómo los economistas interpretan el mercado de trabajo utilizando modelos económicos. Se sigue con la identificación de las principales magnitudes del mercado de trabajo. Por último, se hace un breve repaso de la evolución más reciente del mercado de trabajo español.

Objetivos:

- Describir el objeto de estudio de la Economía Laboral.

- Conocer el funcionamiento del marco analítico.
- Identificar los principales problemas de la Economía Laboral.
- Definir las principales variables del mercado de trabajo.
- Conocer la situación actual del mercado de trabajo español.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *Labor Economics*, (4ª ed.), McGraw-Hill, Nueva York, Capítulo 1.
- Elliott, R. F. (1991), *Labor Economics: A comparative text*, McGraw Hill, Londres. Capítulo 1.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *Economía Laboral*, (7ª ed. adaptada), McGraw Hill, Madrid. Capítulo 1.
- Reynolds, L. G., Masters, S. H. y Moser, C. H. (1998), *Labor Economics and Labor Relations*, (11ª ed.), Prentice-Hall, Nueva Jersey, Capítulo 1.

II. LA OFERTA DE TRABAJO

TEMA 2.-LA TEORÍA DE LA OFERTA DE TRABAJO A CORTO PLAZO

1. La decisión de trabajar: el "salario de reserva".
2. La curva de oferta de trabajo individual: efectos sustitución y renta.
3. La curva de oferta de trabajo agregada.

Una vez descritos el marco analítico y los principales rasgos de la Economía Laboral, el Tema 2 se centra en explicar cómo toman sus decisiones de oferta de trabajo los individuos. Para ello se define el "salario de reserva" utilizando el modelo de elección microeconómico ocio-consumo. Se deriva a continuación la oferta de trabajo individual y se finaliza el tema obteniendo la oferta de trabajo agregada.

Objetivos:

- Analizar la decisión de trabajar en el marco del modelo de elección microeconómico ocio-consumo.
- Definir y derivar analíticamente el salario de reserva.
- Identificar los principales factores que afectan a la decisión de trabajar.
- Identificar el efecto renta y el efecto sustitución y conocer su relación con la oferta de trabajo individual.
- Derivar la curva de oferta de trabajo individual y agregada.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *op. cit.*, Capítulo 2.
- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulo 2.
- Fallon, P. y Verry, D. (1988), *The economics of labour markets*, Philip Allan, Oxford. Capítulo 1.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulos 2 y 3.

- Sapsford, D. y Tzannatos, Z. (1993), *The economics of the labour market*, St. Martin's Press, Nueva York. Capítulo 2.

TEMA 3.-APLICACIONES DE LA TEORÍA DE LA OFERTA DE TRABAJO Y EVIDENCIAS EMPÍRICAS

1. La oferta de trabajo de la familia.
2. Efectos del sistema de gastos sociales sobre la oferta de trabajo.
3. Efectos del impuesto sobre la renta.
4. Evidencias empíricas.

En este tema se generaliza el análisis de la oferta de trabajo. Primero se estudia cómo se toman las decisiones de oferta de trabajo dentro de la familia. A continuación se analiza el efecto de distintas políticas públicas sobre la oferta laboral. Por último, se presentan algunas evidencias empíricas relativas al mercado de trabajo español.

Objetivos:

- Analizar la decisión de trabajar dentro de la familia.
- Analizar los efectos del sistema de gastos sociales sobre la oferta de trabajo.
- Derivar la curva de oferta de trabajo cuando los salarios están sujetos a impuestos.
- Conocer las cifras del mercado de trabajo español.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *op. cit.*, Capítulo 3.
- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulos 3 y 4.
- Fallon, P. y Verry, D. (1988), *op. cit.*, Capítulos 1 y 2.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulos 3 y 11.
- Sapsford, D. y Tzannatos, Z. (1993), *op. cit.*, Capítulos 2 y 3.

TEMA 4.-LA OFERTA DE TRABAJO EN EL LARGO PLAZO (I): EL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR

1. Los cambios demográficos.
2. La migración internacional: determinantes y consecuencias.
3. La curva de oferta de trabajo a largo plazo.

En este tema se estudian las implicaciones a largo plazo de los cambios en la población en edad de trabajar sobre la oferta de trabajo. Estos cambios pueden deberse a los movimientos vegetativos de la

población autóctona o a movimientos migratorios. Por último, se deriva la curva de oferta de trabajo a largo plazo teniendo en cuenta estos dos tipos de cambios demográficos.

Objetivos:

- Analizar las decisiones de fertilidad y su efecto sobre la oferta de trabajo a largo plazo.
- Conocer los determinantes de las decisiones de migración y sus efectos sobre el equilibrio de los mercados de trabajo de origen y destino.
- Derivar la curva de oferta de trabajo a largo plazo teniendo en cuenta los cambios demográficos.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *op. cit.*, Capítulo 9.
- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulo 5.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulo 9.

TEMA 5.-LA OFERTA DE TRABAJO EN EL LARGO PLAZO (II): LA CUALIFICACIÓN DE LA OFERTA DE TRABAJO

1. El concepto de capital humano.
2. Los costes y beneficios de la inversión en capital humano: la decisión de invertir.
3. Formación general y formación específica.
4. El rendimiento del capital humano.
5. La educación como mecanismo de selección y señalización.

En este tema se estudian las implicaciones a largo plazo sobre la oferta de trabajo de los cambios en la cualificación de los trabajadores. En primer lugar, se define el concepto de capital humano y se analizan las decisiones de inversión en este tipo de activo. A continuación se distingue entre el capital humano genérico y específico y se analizan las decisiones de formación en ambos casos. Por último, se estudia la inversión en formación utilizando un marco analítico alternativo que pone el énfasis en los problemas de información existentes en el mercado de trabajo.

Objetivos:

- Definir el concepto de capital humano.
- Conocer los costes y beneficios de la inversión en capital humano.
- Analizar las decisiones de formación en capital humano genérico y específico y las diferencias en su financiación.
- Calcular el rendimiento del capital humano.
- Analizar la educación como un mecanismo de selección y señalización.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *op. cit.*, Capítulo 7.
- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulo 6.
- Fallon, P. y Verry, D. (1988), *op. cit.*, Capítulo 5.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulo 4.
- Sapsford, D. y Tzannatos, Z. (1993), *op. cit.*, Capítulo 4.

III. LA DEMANDA DE TRABAJO

TEMA 6.-LA DEMANDA DE TRABAJO

1. La curva de demanda de trabajo de la empresa y de la industria.
2. La demanda bajo diferentes estructuras de mercado.
3. La elasticidad de la curva de demanda de trabajo.
4. Evidencias empíricas.
5. El trabajo como un factor "cuasi-fijo".

Este tema se centra en explicar cómo toman sus decisiones de demanda de trabajo las empresas y cómo se deriva la curva de demanda de trabajo de la industria a partir de las curvas de demanda individuales. A continuación, se analiza el efecto que las distintas estructuras de mercado (tanto de productos como de factores) tienen sobre la demanda de trabajo de las empresas. Posteriormente, se define la elasticidad de la curva de demanda de trabajo y se analizan los factores de los que depende, presentando datos empíricos sobre elasticidades estimadas en el caso español. Finalmente, se plantea el problema de los costes laborales fijos, recurrentes y no recurrentes, y las implicaciones que estos costes (entre los que se encuentran los de contratación y despido) tienen sobre la demanda de trabajo de las empresas.

Objetivos:

- Derivar la curva de demanda de trabajo de una empresa y de una industria.
- Analizar el efecto de las diferentes estructuras del mercado de bienes y factores sobre la demanda de trabajo.
- Definir la elasticidad de la curva de demanda de trabajo y analizar los factores de los que depende.
- Presentar evidencia empírica sobre los valores de la elasticidad.
- Analizar el efecto de los costes laborales fijos sobre la demanda del factor trabajo.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *op. cit.*, Capítulo 4.
- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulos 8 y 9.
- Fallon, P. y Verry, D. (1988), *op. cit.*, Capítulos 3 y 4.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulo 5.

- Sapsford, D. y Tzannatos, Z. (1993), *op. cit.*, Capítulos 5 y 6.

IV. EL EQUILIBRIO DEL MERCADO Y LOS SALARIOS

TEMA 7.-EL EQUILIBRIO EN EL MERCADO DE TRABAJO Y LAS DIFERENCIAS SALARIALES

1. El ajuste en el mercado de trabajo: competencia e instituciones.
2. La flexibilidad del mercado de trabajo.
3. Las diferencias interpersonales de salarios y la teoría de la igualación de las ventajas netas.
4. La teoría de los salarios de eficiencia y las diferencias salariales.

Una vez estudiadas la oferta y la demanda de trabajo, se analiza el equilibrio del mercado. En este tema se describen los dos tipos de ajuste que pueden darse en el mercado de trabajo, el competitivo (*exit*) y el institucional (*voice*). Se discute el concepto de flexibilidad y sus implicaciones para el ajuste del mercado de trabajo. Además, se analiza el origen y los determinantes de las diferencias de salarios utilizando dos modelos alternativos: la teoría de la igualación de las ventajas netas y la teoría de los salarios de eficiencia.

Objetivos:

- Definir el equilibrio del mercado de trabajo y los factores de los que depende.
- Resaltar la importancia de las fuerzas del mercado y de las instituciones en la determinación del equilibrio del mercado de trabajo.
- Analizar los determinantes de las diferencias de salarios y las peculiaridades de la relación existente entre salario y esfuerzo laboral.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *op. cit.*, Capítulos 5, 6 y 8.
- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulos 10 y 11.
- Fallon, P. y Verry, D. (1988), *op. cit.*, Capítulo 5.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulos 6, 7 y 8.
- Sapsford, D. y Tzannatos, Z. (1993), *op. cit.*, Capítulo 7.

TEMA 8.-LAS TEORÍAS DE LOS MERCADOS INTERNOS DE TRABAJO Y DEL DUALISMO.

1. Los mercados internos de trabajo.

2. Los mercados de trabajo duales y segmentados.

En este tema se profundiza en la visión institucionalista del mercado de trabajo, centrando el análisis en los efectos de las instituciones sobre el equilibrio. Se enfatiza la importancia de las normas, la costumbre y los usos como base de las relaciones laborales, presentándose algunos desarrollos básicos de la escuela institucionalista: los conceptos de mercado interno de trabajo, segmentación y dualismo.

Objetivos:

- Conocer el enfoque institucionalista del mercado de trabajo.
- Comprender el funcionamiento de los mercados internos de trabajo.
- Analizar las consecuencias de la existencia de barreras a la movilidad en el mercado de trabajo: la segmentación y la dualidad.

Material de consulta:

- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulo 12.
- Kerr, C. (1985), *Mercados de trabajo y determinación de los salarios. La "balcanización" de los mercados de trabajo y otros ensayos*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulo 14.
- Reynolds, L. G., Masters, S. H. y Moser, C. H. (1998), *op. cit.*, Capítulo 12.

TEMA 9.-LA DISCRIMINACIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

1. Concepto y tipos de discriminación en el mercado de trabajo.
2. Evidencias empíricas.
3. Modelos teóricos de discriminación: las teorías basadas en los "gustos", el monopsonio discriminador y la teoría de la discriminación "estadística".
4. La medida de la discriminación: el problema del "ceteris paribus".

En este tema se define el concepto de discriminación en el mercado de trabajo, exponiendo los modelos que han sido desarrollados para tratar de explicarla. A continuación, se describe la situación del caso español a partir del análisis de las estadísticas existentes, y se desarrolla la metodología econométrica que permite conocer la parte de las diferencias en salarios medios que puede atribuirse realmente a conductas discriminatorias (en concreto, se describe el modelo de Oaxaca-Blinder).

Objetivos:

- Definir qué se entiende por discriminación en el mercado de trabajo.
- Presentar evidencia empírica.
- Conocer los modelos básicos de discriminación salarial.

- Desarrollar los métodos empleados para medir la discriminación salarial.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *op. cit.*, Capítulo 10.
- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulo 13.
- Fallon, P. y Verry, D. (1988), *op. cit.*, Capítulo 5.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulo 13.
- Sapsford, D. y Tzannatos, Z. (1993), *op. cit.*, Capítulo 9.

TEMA 10.-EL PAPEL DE LOS SINDICATOS EN EL MERCADO DE TRABAJO

1. Las preferencias de los sindicatos: el modelo del votante mediano.
2. Tipos de preferencias sindicales.
3. El control sindical sobre la oferta de trabajo.
4. La curva de oferta de trabajo del sindicato.
5. Modelos de fijación de salarios con sindicatos: el modelo de monopolio; el modelo "right-to-manage"; el modelo de negociación eficiente; el modelo de antigüedad.

En este tema se incorpora al modelo de mercado de trabajo una institución fundamental: el sindicato. En primer lugar, se define el mecanismo por el que los sindicatos fijan sus preferencias. En segundo lugar, se establecen los objetivos perseguidos por los sindicatos en términos de la función de utilidad a maximizar, lo que permite introducir el funcionamiento de estas instituciones en el modelo. A continuación, se describen los diferentes mecanismos utilizados por los sindicatos para establecer un control efectivo sobre la oferta de trabajo, centrandolo fundamentalmente en el caso español. Tras observar cómo afectan los sindicatos a la curva de oferta de trabajo, se pasa a describir los principales modelos de fijación de salarios con sindicatos desarrollados en la literatura: el modelo de monopolio, el modelo "right-to-manage", el modelo de negociación eficiente y el modelo de antigüedad.

Objetivos:

- Definir la función de utilidad del sindicato y el mecanismo por el que se establecen sus preferencias.
- Derivar la curva de oferta de trabajo cuando hay sindicatos.
- Identificar las restricciones a la oferta de trabajo que imponen los sindicatos.
- Desarrollar los principales modelos de fijación de salarios cuando existen sindicatos.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *op. cit.*, Capítulo 11.
- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulos 7 y 14.
- Fallon, P. y Verry, D. (1988), *op. cit.*, Capítulo 6.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulo 10.

- Sapsford, D. y Tzannatos, Z. (1993), *op. cit.*, Capítulos 10 y 11.

V. ASPECTOS MACROECONÓMICOS DEL MERCADO DE TRABAJO

TEMA 11.-EL DESEMPLEO Y LAS POLÍTICAS DEL MERCADO DE TRABAJO

1. Tipos y explicaciones de desempleo.
2. Políticas contra el paro.

En este tema se discute desde una perspectiva macroeconómica el problema del desempleo, centrándose el análisis en sus causas y en las políticas que los gobiernos aplican para la solución de este problema.

Objetivos:

- Discutir las razones teóricas de la pervivencia del desempleo desde una perspectiva macroeconómica.
- Analizar el efecto de las diferentes políticas activas y pasivas contra el paro.

Material de consulta:

- Borjas, G. J. (2008), *op. cit.*, Capítulo 13.
- Elliott, R. F. (1991), *op. cit.*, Capítulo 15.
- Fallon, P. y Verry, D. (1988), *op. cit.*, Capítulos 7 y 8.
- McConnell, C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *op. cit.*, Capítulos 14 y 17.
- Sapsford, D. y Tzannatos, Z. (1993), *op. cit.*, Capítulos 12, 13 y 14.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente incluye:

Actividades presenciales:

- Clases expositivas, en las que se explican los contenidos teóricos sobre el funcionamiento del mercado de trabajo.
- Clases prácticas, en las que se resolverán ejercicios y se expondrán las actividades prácticas realizadas por los alumnos. Todos los alumnos deberán realizar y exponer una actividad práctica elegida a partir de una lista de temas propuestos por el profesor. Con las clases prácticas se pretende que los estudiantes profundicen en el conocimiento concreto del mercado de trabajo español y apliquen los contenidos de las clases teóricas.

Actividades no presenciales:

-El estudiante debe realizar una primera lectura de los contenidos que se explicarán en las clases expositivas, preparar los contenidos impartidos y reflexionar sobre los mismos. También deberá resolver los ejercicios y cuestiones que plantee el profesor, y preparar el examen final. Por último, deberá realizar un trabajo sobre un tema propuesto por el profesor, que será finalmente expuesto en el aula.

El reparto de las horas, según su tipología, aparece en la siguiente tabla:

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7%	
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	28	18,7%	
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas			
	Prácticas clínicas hospitalarias			
	Tutorías grupales			
	Prácticas Externas			
	Sesiones de evaluación	4	2,6%	
No presencial	Trabajo en Grupo			
	Trabajo Individual	90	60%	
Total		150		

Las actividades previstas se recogen también en el siguiente Cronograma:

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Tema 1. El mercado de trabajo	Lecturas y exposiciones

2	Tema 1. Principales magnitudes del mercado de trabajo	Lecturas y exposiciones
3	Tema 2. La teoría de la oferta de trabajo a corto plazo	Lecturas y exposiciones
4	Tema 3. Aplicaciones de la teoría de la oferta de trabajo	Lecturas y exposiciones
5	Tema 3. Aplicaciones de la teoría de la oferta de trabajo	Lecturas y exposiciones
6	Tema 4. La oferta de trabajo a largo plazo I: el tamaño de la población en edad de trabajar	Lecturas y exposiciones
7	Tema 5. La oferta de trabajo a largo plazo II: la cualificación de la oferta de trabajo	Lecturas y exposiciones
8	Tema 6. La demanda de trabajo	Lecturas y exposiciones
9	Tema 6. La demanda de trabajo	Lecturas y exposiciones
10	Tema 7. El equilibrio en el mercado de trabajo y las diferencias salariales	Lecturas y exposiciones
11	Tema 7. El equilibrio en el mercado de trabajo y las diferencias salariales	Lecturas y exposiciones
12	Tema 8. Las teorías de los mercados internos de trabajo y del dualismo	Lecturas y exposiciones
13	Tema 9. La discriminación en el mercado de trabajo	Lecturas y exposiciones
14	Tema 10. El papel de los sindicatos en el mercado de trabajo	Lecturas y exposiciones
15	Tema 11. El desempleo y las políticas del mercado de trabajo	

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura consta de dos elementos:

- Evaluación continua: Se llevará a cabo a través de tres pruebas de seguimiento en las que se plantearán cuestiones teóricas y ejercicios relacionados con los contenidos impartidos hasta el momento de su realización. La calificación máxima de cada prueba será de 1 punto. Adicionalmente, el alumno podrá obtener 1 punto por la realización de una actividad práctica propuesta por el profesor.
- Examen final: el alumno deberá responder a preguntas teóricas relacionadas con la asignatura y resolver problemas concretos. La calificación máxima del examen final será de 6 puntos.
- Por consiguiente, la calificación final, en todas las convocatorias, será la suma de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua (sobre 4 puntos) y en el examen final (sobre 6 puntos). No será posible aprobar la asignatura sin obtener al menos 2 puntos sobre 6 en el examen final. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.
- Las pruebas de evaluación continua no serán recuperables, ya que el objetivo de su

realización es conocer la evolución del aprendizaje del alumno durante el curso.

- En el caso de los alumnos a tiempo parcial, se mantiene el modelo de evaluación anterior. En lo que se refiere a las pruebas de seguimiento, los tres controles que se realizan a lo largo del cuatrimestre tienen fijado el día y la hora desde el comienzo del curso, por lo que los alumnos a tiempo parcial sólo necesitarían asistir a clase en tres ocasiones a lo largo del curso para realizar esos controles (su duración máxima es de una hora). Las tres pruebas otorgan tres puntos en la evaluación final. El alumno a tiempo parcial podrá conseguir otro punto adicional por medio de las actividades o tareas concretas a realizar fuera del aula por encargo del profesor. Por último, el examen final otorga los seis puntos restantes de la calificación.

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
Continua	<ul style="list-style-type: none"> • 1ª Prueba de seguimiento (Temas 1-4) : Última semana de febrero en horas de clase • 2ª Prueba de seguimiento (Temas 5-8): Primera semana de abril en horas de clase • 3ª Prueba de seguimiento (Temas 9-11): Primera semana de mayo en horas de clase • Actividad Práctica 	40%
Examen final		60%

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Los manuales básicos son:

- Borjas, G. J. (2008), *Labor Economics*, (4ª ed.), McGraw-Hill, Nueva York.
- Elliott, R. F. (1991), *Labor Economics: A Comparative Text*, McGraw-Hill, Londres.
- Hernández Rubio, C. y Carrasco Gallego, J. A. (2005), *Ejercicios de Economía Laboral* (1ª ed.), McGraw-Hill, Madrid.
- McConnell C. R., Brue, S. L. y Macpherson, D. A. (2007), *Economía Laboral* (7ª ed. adaptada), McGraw-Hill, Madrid.

Para el estudio concreto del mercado de trabajo español, se recomienda:

- CES (2017), Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España, 2016, Consejo Económico y Social de España, Madrid, Capítulo 2, "Mercado de trabajo y políticas de empleo" (Disponible en: <http://www.ces.es/memorias>).

Al comienzo del curso se indicarán las lecturas obligatorias sobre las que los alumnos deberán realizar sus prácticas. Todas versarán sobre problemas actuales del mercado de trabajo español, por lo que en el

momento de elaborar esta guía docente no es posible indicar las referencias concretas.



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Economía Industrial		CÓDIGO	GADEMP01-4-016
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES	EMAIL			
OREA SANCHEZ LUIS	lorea@uniovi.es			
PROFESORADO	EMAIL			
OREA SANCHEZ LUIS	lorea@uniovi.es			

2. Contextualización

Esta asignatura pretende familiarizar al alumno con los modelos, resultados, técnicas de modelización y aplicaciones de la Economía Industrial o Economía de la Competencia, disciplina que se dedica al estudio del comportamiento –estratégico- de las empresas en mercados no competitivos. Esta asignatura, por tanto, forma parte del Módulo de Análisis Económico, y dentro de él, de la Materia de Microeconomía de los Grados en Economía y en ADE.

El enorme desarrollo que ha experimentado esta disciplina durante las últimas décadas ha hecho que sea actualmente muy útil para analizar no sólo las prácticas que permiten a las empresas disfrutar de un cierto grado de poder de mercado, sino también la Política de Defensa de la Competencia. Desde su transformación en el año 2004, la normativa europea de defensa de la competencia incorpora el análisis económico como instrumento principal. En este sentido, el objetivo principal de esta asignatura es proporcionar al estudiante una formación básica en los aspectos económicos en los que se apoya dicha política, que ha ido ganando protagonismo en los últimos años en España gracias a los procesos de liberalización y a la integración de nuestra economía en el contexto comunitario europeo.

3. Requisitos

Es recomendable que, además de una asignatura de Introducción a la Microeconomía, el alumno haya cursado una o dos asignaturas de microeconomía intermedia, tales como Microeconomía I y II del Grado en Economía) o Análisis Económico de la Empresa del Grado en ADE.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias genéricas que se pretende que alcancen los estudiantes son:

- Capacidad para el análisis y síntesis.
- Habilidad para hablar y argumentar en público.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Trabajo en equipo.
- Capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

Las competencias específicas que se trabajan son:

- Análisis crítico de la normativa antitrust de la Unión Europea y de España
- Capacidad para interpretar y analizar el entorno competitivo al que se enfrenta una empresa.

- Capacidad para anticipar los efectos procompetitivos y anticompetitivos de múltiples prácticas comerciales llevadas a cabo por las empresas.
- Capacidad para la elaboración de informes sobre alguno de los temas abordados en la asignatura que implica la búsqueda y tratamiento de información, el análisis de dicha información, la relación entre conceptos teóricos y prácticos y la exposición pública de los resultados del mismo.

5. Contenidos

Programa abreviado

Parte I: Introducción

Tema 1. Introducción a la política de defensa de la competencia

Parte II: Fundamentos del análisis económico de la competencia

Tema 2. Poder de mercado y bienestar

Tema 3. Modelos de competencia imperfecta

Tema 4. Estructura y contestabilidad del mercado

Parte II: Política de defensa de la competencia

Tema 5. El mercado relevante antitrust: análisis cualitativo y cuantitativo

Tema 6. Análisis económico de los acuerdos colusivos

Tema 7. Evaluación de los efectos anticompetitivos de las fusiones

Tema 8. Análisis económico de los acuerdos (fusiones) verticales

Programa detallado

Parte I: Introducción

Tema 1. Introducción a la política de defensa de la competencia

1.1. Concepto y objetivos de la política de la competencia

1.2. Breve historia de la Política de la Competencia

1.3. La Política de la Competencia en España y la UE

Objetivos generales:

- El objetivo de este tema es familiarizar al alumno con los objetivos, orígenes y ámbitos de actuación de la política de la competencia, así como conocer la normativa básica antitrust de España y la UE.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- El alumno será capaz de definir los objetivos genuinos de la defensa de la competencia y distinguirlos de otros que, en momentos concretos de la historia, se han atribuido a la política de la competencia.
- El alumno sabrá reconocer las prácticas comerciales más comunes que pueden afectar al funcionamiento competitivo de los mercados.
- El alumno se familiarizará con la normativa básica en la que se basa todo el sistema de defensa de la competencia en de España y la UE, así como con (las funciones de) los órganos europeos, nacionales y autonómicos de defensa de la competencia existentes actualmente

Parte II: Fundamentos del análisis económico de la competencia

Tema 2. Poder de mercado y bienestar

- 2.1. La competencia perfecta y la eficiencia
- 2.2. La ineficiencia asignativa y productiva del monopolio
- 2.3. El debate acerca de la estructura del mercado y la eficiencia dinámica
- 2.4. Efectos estimados de la desregulación y liberalización de los mercados

Objetivos generales:

- En este tema se proporciona al alumno evidencia empírica y argumentos teóricos que permite justificar por qué merece la pena defender que los mercados funcionen competitivamente, por qué existe una (extensísima) normativa dedicada a defender la competencia y por qué en muchos países existen autoridades que promueven la competencia en los mercados y sancionan prácticas comerciales que pueden ser restrictivos de la competencia.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Identificar y cuantificar las pérdidas de bienestar que se producen cuando no hay una competencia efectiva en los mercados.

Tema 3. Modelos de competencia imperfecta

- 3.1. El modelo de empresa dominante
- 3.2. El oligopolio con producto homogéneo
- 3.2. El oligopolio con producto diferenciado

Objetivos generales:

- En este tema se presentan los modelos clásicos de competencia imperfecta, y se analizan sus resultados desde el punto de vista de las implicaciones que tienen para el diseño y aplicación en la práctica de la política de la competencia. Estos modelos son utilizados profusamente en los temas 4 y siguientes, en los que se profundiza en el análisis económico realizado por las autoridades de defensa de la competencia en los casos cárteles, operaciones de concentración, acuerdos de cooperación entre empresas o abusos de posición dominante.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Deducir la demanda residual de una empresa y su relación con el poder de mercado.
- Demostrar el papel de la diferenciación del producto como fuente de poder de mercado.
- Identificar el modelo apropiado que permita explicar el equilibrio de un mercado determinado.

Tema 4. Estructura y poder de mercado

4.1. Evaluación del poder de mercado en la práctica: el paradigma ECR

4.2. La estructura del mercado

4.3. La teoría de los mercados contestables

Objetivos generales:

- En este tema se analiza la relación entre las variables estructurales que suelen utilizar los órganos de defensa de la competencia (como las cuotas de mercado y el grado de concentración del mismo) y la capacidad que tienen las empresas de ejercer poder de mercado. En este tema se estudia asimismo el papel que la contestabilidad del mercado, las barreras de entrada y los competidores potenciales tienen en la evaluación de la situación competitiva de un mercado. En particular, la denominada “teoría de los mercados contestables” permite rebatir muchos de los resultados de los modelos expuestos en los temas anteriores.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer la metodología utilizada por los órganos de defensa de la competencia para analizar el grado de competencia en los mercados.
- Relacionar las cuotas de mercado y el grado de concentración con el poder de mercado.
- Comparar índices de concentración, identificando sus ventajas e inconvenientes.
- Deducir la importancia de la competencia potencial en ejercicio del poder de mercado.
- Identificar los distintos tipos de barreras de entrada (salida) que puede haber en un mercado.

Parte II: Política de defensa de la competencia

Tema 5. El mercado relevante antitrust: análisis cualitativo y cuantitativo

5.1. ¿Cuál es el mercado relevante en un caso antitrust?

5.2. El test del monopolista hipotético

5.3. La delimitación del mercado relevante en la práctica: análisis cualitativo y estudio de casos

5.4. Técnicas cuantitativas para la delimitación del mercado relevante

Objetivos generales:

- En este tema se analiza cómo las autoridades de defensa de la competencia proceden a delimitar los mercados afectados por prácticas restrictivas de la competencia, identificando los competidores actuales y potenciales. Este tema es crucial dado que la delimitación del mercado relevante se convierte en el punto de partida de muchos de los casos resueltos por los órganos

de defensa de la competencia.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Reflexionar acerca del papel que juega el tamaño del mercado en la aplicación de la política de la competencia.
- Identificar qué información se puede utilizar para delimitar el mercado relevante.
- Realizar análisis de correlación de precios para delimitar mercados.

Tema 6. Análisis económico de los acuerdos colusivos

6.1. Concepto y tipos de colusión

6.2. Factores estructurales que facilitan la colusión

6.3. Estimación de los daños del cártel

Objetivos generales:

- En este tema se analizan los acuerdos (colusivos) cuyo objeto es suprimir la competencia entre las empresas de un determinado mercado, y en especial los denominados cárteles. En concreto, se trata de analizar los factores que, de acuerdo con la teoría, hacen más probable la existencia de comportamientos colusivos entre las empresas. Se introducirán también las técnicas cuantitativas usadas en casos de cárteles para evaluar su impacto real sobre los precios.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Reconocer las distintas formas de colusión y su efecto sobre los precios y el bienestar.
- Proporcionar un marco teórico sencillo que permita analizar de forma crítica los factores que utilizan los órganos de defensa de la competencia para deducir la existencia de comportamientos colusivos en un mercado determinado.
- Conocer las técnicas empíricas empleadas en la cuantificación del daño causado por los cárteles.

Tema 7. Técnicas de evaluación de los efectos competitivos de las fusiones

7.1. Evaluación de los efectos unilaterales y coordinados

7.2. Factores compensadores y remedios

7.3. Técnicas cuantitativas para la evaluación de los efectos unilaterales

Objetivos generales:

- En este tema se profundiza en el análisis económico realizado por las autoridades de defensa de la competencia en los casos de operaciones de concentración para determinar si los efectos anticompetitivos que se derivan de la fusión de dos o más empresas son significativos, y, en su caso, si las ganancias de eficiencia intrínsecas a la fusión son suficientes como para compensar los efectos anteriores.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Reconocer los efectos que se derivan de una fusión, tanto anticompetitivos como procompetitivos.

- Analizar la validez de las cuotas de mercado e índices de concentración como indicadores del aumento del poder de mercado derivado de una fusión.
- Proporcionar un marco teórico sencillo que permita cuantificar, de forma aproximada, el incremento de precios derivado de una fusión.
- Utilizar alguna técnica cuantitativa para predecir los efectos de las fusiones

Tema 8. Análisis económico de los acuerdos (fusiones) verticales

8.1. Naturaleza y alcance de los acuerdos verticales

8.2. Competencia intramarca y competencia entre marcas

8.3. Efectos anticompetitivos de las restricciones verticales y las fusiones verticales

Objetivos generales:

- En este tema se analizan, desde el punto de vista de la competencia, acuerdos entre empresas que, a diferencia de los acuerdos colusivos del tema anterior, no tienen como objetivo coordinar los precios o repartirse el mercado. Estos son los casos de acuerdos, distribución o ventas en exclusiva, franquicias, etc. Se examinan asimismo los efectos anticompetitivos de las fusiones verticales.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Distinguir entre acuerdos horizontales y verticales.
- Identificar los motivos que tienen las empresas para integrarse verticalmente o firmar acuerdos entre ellas.
- Analizar de forma crítica la normativa europea en materia de restricciones horizontales y verticales.
- Valorar los incentivos que tienen las empresas integradas verticalmente para cerrar el mercado a competidores “aguas arriba” o “aguas abajo”.

6. Metodología y plan de trabajo

Con objeto de facilitar y racionalizar la organización docente de la Universidad, se propone la siguiente tipología de modalidades organizativas:

Actividades presenciales:

- Clases expositivas, en las que se exponen y explican los conocimientos que deben adquirir los estudiantes y se les orienta sobre los contenidos que se impartirán en la siguiente clase.
- Clases prácticas, en las que se resolverán ejercicios relacionados con los contenidos teóricos, se plantearán cuestiones que complementen las clases expositivas y se comentarán casos reales de competencia extraídos tanto nacionales como europeos. Con las clases prácticas se pretende que el estudiante afiance su comprensión de la materia y desarrolle su capacidad para aplicar modelos teóricos de competencia en la evaluación del poder de mercado.

Actividades no presenciales:

- Trabajo autónomo: el estudiante debe realizar una primera lectura de los contenidos que se explicarán en las clases expositivas, preparar los contenidos impartidos y reflexionar sobre los mismos, resolver los ejercicios y cuestiones que plantee el profesor, tanto los que se realicen en las clases prácticas como los que haya propuesto para realizar fuera del aula y preparar el examen final.
- Trabajo en grupo: los alumnos deberán (en grupos de trabajo) comentar casos, expedientes o

informes reales de las autoridades de competencia o comentar lecturas seleccionadas por el profesor para profundizar en algún aspecto específico del análisis de la competencia o conocer, en detalle, los problemas de competencia existentes en mercados específicos de la economía española.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación tendrá en cuenta la resolución de ejercicios y problemas, comentario de trabajos sobre defensa de la competencia, aplicación de técnicas estadísticas o econométricas para el análisis de la competencia y un examen final (que representará el 60% de la nota final).

Para los alumnos a tiempo parcial que tengan evaluación diferenciada, la misma se basará exclusivamente en la nota del examen final. En este caso, el examen será más exhaustivo e incluirá uno o varios casos de competencia reales o ficticios, en el que se proporcionará la información básica necesaria y el alumno deberá evaluar y dictaminar una resolución utilizando los conocimientos analíticos vistos durante el curso. La nota máxima será en todo caso de Notable.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica

- Cabral, L., Economía Industrial, McGraw Hill, 1997.
- Motta, M., Competition Policy: Theory and Practice, Cambridge University Press, 2005.
- Ordóñez de Haro, J.M. Aspectos Económicos del funcionamiento competitivo de los mercados, Volúmenes I y II, Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía, 2016.

Bibliografía complementaria

- Carlton, D. y J. Perloff, Modern Industrial Organization, Addison-Wesley, 2005.
- Clarke, R. Economía Industrial, Colegio de Economistas de Madrid, 1993.
- Church, J. y R. Ware, Industrial Organization. A Strategic Approach, McGraw-Hill, 2005.
- Fernández de Castro, J. y Duch, N., Economía Industrial: un Enfoque Estratégico, editorial McGraw-Hill, 2003.
- Tarziján, J. Y Paredes, R., Organización Industrial para la Estrategia Empresarial, 1ª Edición, Prentice Hall, Buenos Aires, 2001.
- Viscusi, W.K; Vernon, J.M y Harrington, J.E., Economics of regulation and antitrust, Cambridge (Mass.), MIT, cop. 2005.
- Tratado de la Unión Europea (Art. 81 a 90) y Ley de Defensa de la Competencia (Art. 1 a 7)
- Comisión Europea, Comunicación relativa a la definición del mercado de referencia a efectos de la normativa en materia de competencia, DO L 372, 9 de diciembre de 1997.
- Comisión Europea, Directrices relativas a las restricciones verticales, (2002/C 122/01), DOCE 23 de mayo de 2002
- Comisión Europea, Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, (2004/C 33/03), DOCE 5 de febrero de 2004.
- Gutiérrez I., y Zoido, E., "Cárteles: Análisis y valoración de sus efectos", Anuario de la Competencia, 267-292, 2003.

Asimismo, para acceder a los casos que se comentarán y presentarán en clase, se necesitará recurrir a la Comisión Nacional de Competencia (<http://www.cncompetencia.es>) y a la Dirección General de la Competencia de la Comisión Europea (http://ec.europa.eu/comm/competition/index_es.html).

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Distribución Comercial y Comercio Electrónico		CÓDIGO	GADEMP01-4-017
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
SANZO PEREZ MARIA JOSE		mjsanzo@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
SANZO PEREZ MARIA JOSE		mjsanzo@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura *Distribución Comercial y Comercio Electrónico* se imparte en el 1º semestre del 4º curso del Grado de Administración y Dirección de Empresas (ADE) de la Universidad de Oviedo. La asignatura, de carácter optativo, forma parte del Módulo 4 (*Marketing*) y, concretamente, de la Materia 2 de este módulo (*Políticas de Marketing*).

El análisis de esta herramienta de marketing abarca las principales decisiones que los productores/fabricantes y los intermediarios han de adoptar para que los productos (bienes y servicios) puedan llegar a los clientes finales cómo, cuándo y dónde éstos deseen adquirirlos. También implica el estudio específico de las empresas que pertenecen al denominado sector de la distribución comercial, ámbito de actividad de gran dinamismo y relevancia social y económica. Este sector ha experimentado en los últimos años una notable transformación que se traduce, entre otras posibles cuestiones, en la aparición de nuevas modalidades de venta minorista mediante *e-commerce*, *m-commerce* y *social commerce*, la implantación de una estrategia omnicanal, el surgimiento de nuevos operadores logísticos y estrategias de *outsourcing*, la aplicación de los sistemas de información geográfica (SIG) a la planificación comercial, la necesidad de ofrecer a los clientes una experiencia única en sus visitas a los establecimientos, la aplicación de las nuevas tecnologías al punto de venta, el desarrollo de marcas de la distribución, la utilización de técnicas novedosas de *merchandising* de presentación, seducción y gestión eficiente, o el desarrollo de actividades de *trade marketing* para fomentar la cooperación entre empresas de los canales de distribución.

Estos temas serán objeto de análisis a lo largo de la asignatura *Distribución Comercial y Comercio Electrónico*. Para ello se ha estructurado la asignatura en 3 grandes bloques. El primero ofrece una primera aproximación general al ámbito de la distribución comercial, mostrando su situación actual y las principales tendencias en este campo. El segundo bloque presenta los distintos tipos de distribución *offline* (comercio mayorista y detallista) y ofrece una visión centrada en el comercio detallista y en el diseño de sus actividades de marketing. Finalmente, se dedica el tercer bloque del temario a los métodos de venta *online*, incluyendo el comercio electrónico, el *m-commerce* y el *social commerce*.

Los contenidos de esta asignatura se coordinan con el resto de asignaturas impartidas por el Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Así, *Distribución Comercial y Comercio Electrónico* es una asignatura optativa que permite al alumno profundizar en algunas cuestiones que de forma más básica han sido abordadas en *Fundamentos de Marketing* (2º Curso – 2º semestre) y *Dirección Comercial* (3er Curso – 1er semestre). A su vez, otras materias como *Investigación de Mercados* (3er Curso – 2º semestre) o *Comunicación Comercial* (4º Curso – 2º semestre) permitirán al alumno/a tener una visión global de los principales aspectos en relación con las políticas de Marketing.

3. Requisitos

No se establece al estudiante ningún requisito previo obligatorio para cursar esta asignatura. No obstante, parece recomendable que el estudiante haya superado las asignaturas de *Fundamentos de Marketing*, *Dirección Comercial* e *Investigación de Mercados* de los cursos previos del Grado en Administración y Dirección de Empresas.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo central de la asignatura *Distribución Comercial y Comercio Electrónico* es proporcionar al estudiante una visión exhaustiva de los conceptos, decisiones y tendencias básicas de la distribución comercial. De modo específico, este objetivo central se concreta en que el estudiante sea capaz de:

- a. Conocer los principales formatos de distribución *offline* y *online*, sus características esenciales y la forma en que las empresas los combinan para hacer llegar sus productos y servicios a los clientes.
- b. Adoptar decisiones en las principales áreas que constituyen la estrategia de distribución comercial.

A continuación, en función de los objetivos establecidos, se delimitan las competencias genéricas y específicas a trabajar en la asignatura, así como el resultado esperado del proceso de aprendizaje por parte del alumnado.

Las **competencias genéricas** que se trabajan en la asignatura *Distribución Comercial y Comercio Electrónico* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Contar con valores y comportamientos éticos.
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.
- Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

Por su parte, las **competencias específicas** objeto de la asignatura son los siguientes:

- Formular planes de marketing: comprender conceptos y actividades de marketing estratégico y operativo para fabricantes y distribuidores.
- Diseñar y desarrollar proyectos empresariales.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

Finalmente, respecto al **resultado del aprendizaje** cabe decir que al finalizar la asignatura el estudiante deberá ser capaz de:

- Comprender las funciones de los intermediarios comerciales.

- Diseñar canales de distribución y gestionar las relaciones entre empresas del canal.
- Gestionar actividades de localización, surtido y *merchandising* de empresas detallistas.

5. Contenidos

5.1 Programa sintético

PARTE I. SITUACIÓN ACTUAL Y TENDENCIAS DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Tema 1. Delimitación, decisiones básicas y tendencias generales en materia de distribución comercial

PARTE II. FORMATOS COMERCIALES OFFLINE Y DISEÑO DE SUS ACTIVIDADES DE MARKETING

Tema 2. Modalidades de comercio *offline* mayorista y detallista

Tema 3. Localización de empresas detallistas. Análisis de áreas comerciales y geolocalización

Tema 4. Decisiones de surtido y estrategias de marca del distribuidor

Tema 5. Decisiones de *merchandising* y gestión por categorías

PARTE III. EL COMERCIO ONLINE

Tema 6. Modalidades de venta online: *e-commerce*, *m-commerce*, *social commerce*

5.2. Programa detallado y objetivos de aprendizaje

Tema 1. Delimitación, decisiones básicas y tendencias generales en materia de distribución comercial

1. La distribución comercial en la dirección empresarial y en la economía.
2. Decisiones de diseño y selección de canales de distribución.
3. Decisiones de gestión de los canales de distribución. Análisis de las relaciones entre fabricantes y distribuidores.
4. Tendencias principales en el ámbito de la distribución comercial.

Objetivos generales del tema:

El Tema 1 se ocupa de ofrecer una primera visión global de las decisiones de distribución comercial y de las empresas concretas que forman parte del denominado sector de la distribución comercial. Para ello, se comenzará explicando qué se entiende por distribución comercial y cuál es el papel de estas decisiones dentro de la gestión empresarial y de marketing. También se detallarán los tipos de empresas que constituyen el sector de la distribución comercial y se cuantificará la situación actual y el peso de este sector dentro de la economía nacional e internacional. A continuación se realizará una clasificación básica de los canales de distribución atendiendo a dos dimensiones, horizontal y vertical, identificando los principales criterios a tener en cuenta a la hora de diseñar y seleccionar una determinada estructura de distribución. Posteriormente se plantearán las decisiones fundamentales que es preciso adoptar a la hora de gestionar las relaciones dentro de los canales de distribución, considerando factores como el poder, el conflicto, la negociación y la cooperación. En el último epígrafe se proporcionará una panorámica de las principales tendencias que se están apreciando en materia de distribución comercial, que serán desarrolladas con más detalle a lo largo de los temas siguientes.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos básicos de:

- Canal de distribución.
- Sector de la distribución comercial.
- Canal de distribución directo/indirecto/corto/largo.
- Distribución exclusiva, selectiva e intensiva.
- Comercio independiente / asociado / integrado.
- Estrategia omnicanal.
- Trade marketing.

2. Identificar distintos tipos de canales de distribución según su longitud, cobertura y grado de independencia/integración.

3. Conocer las principales tendencias en el ámbito de la distribución comercial.

Material de consulta:

VÁZQUEZ CASIELLES, R.; TRESPALACIOS GUTIERREZ, J. A. y otros (2009): Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del Canal de Distribución y Relaciones entre Fabricantes y Detallistas. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulo 1, pp. 3-33, Capítulo 11, pp. 407- 439, Capítulo 12, pp. 441-475.

Tema 2.- Modalidades de comercio *offline* mayorista y detallista

1. Modalidades de comercio mayorista *offline*.
2. Modalidades de comercio minorista *offline*.
3. Formas de asociacionismo espacial.
4. Formas de asociacionismo contractual.

Objetivos generales del tema:

El Tema 2 define y analiza las dos figuras más importantes de intermediarios comerciales en el canal de distribución: el comercio mayorista y el comercio minorista o detallista. Dada su relevancia, resulta primordial conocer cuáles son los principales tipos y funciones que desempeñan. En primer lugar, se comentan las características del comercio mayorista. Especialmente se analizan los distintos tipos de mayoristas haciendo hincapié en las actividades que llevan a cabo y en la vinculación que mantienen con otras empresas del canal de distribución. A continuación se estudia el comercio minorista. Este tipo de comercio ha sido objeto de una notable transformación y de destacadas innovaciones, sobre todo protagonizadas por las grandes cadenas detallistas que hoy dominan el mercado. Se comentan las funciones y los distintos tipos de minoristas que compiten en el mercado. Las dos últimas preguntas del tema abordan las diferentes posibilidades de asociacionismo horizontal y vertical entre las empresas que forman parte de los canales de distribución, incluyendo tanto las principales modalidades de asociacionismo espacial (mercados centrales de mayoristas, centros comerciales cerrados y abiertos, galerías comerciales, mercados municipales) como de asociacionismo contractual (central de compras, franquicias, asociaciones de comerciantes, cooperativas de consumidores, cooperativas de detallistas).

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- Agente intermediario.
- Mayorista y minorista comercial.
- Asociacionismo espacial y contractual.
- MERCAS.
- *Cash and Carry*.
- Central de compras.
- Pequeño comercio especializado.
- Autoservicio.
- Supermercado.
- Hipermercado.
- Tienda de descuento.
- Tienda de conveniencia.
- Gran almacén.
- *Factory outlet*.
- Gran superficie especializada no alimentaria (*category killer*).
- Centro comercial abierto y cerrado.
- Galería comercial.
- Mercado municipal.

- Franquicia.
- Ventas *flash/pop-up shops*.
- *Flagships*.
- Tiendas concepto.

2. Distinguir y diferenciar distintos formatos comerciales mayoristas y minoristas.

3. Conocer las alternativas de asociacionismo presentes en el mercado.

4. Comparar distintos tipos de franquicias: franquicia industrial, franquicia de distribución, franquicia de servicios, franquicia máster, franquicia córner, multifranquicia, etc.

Material de consulta:

VÁZQUEZ CASIELLES, R.; TRESPALACIOS GUTIERREZ, J. A. y otros (2009): Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del Canal de Distribución y Relaciones entre Fabricantes y Detallistas. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulo 3, pp. 95-133.

Tema 3. Localización de empresas detallistas. Análisis de áreas comerciales y geolocalización

1. Criterios de selección de establecimientos detallistas por parte del consumidor. Tipos de clientes en función de su comportamiento en el punto de venta.
2. Calidad de servicio y atención al cliente.
3. Decisión de localización de las empresas detallistas. Las áreas comerciales.
4. La geolocalización y sus aplicaciones para la distribución comercial.

Objetivos generales del tema:

El Tema 3 profundiza en la necesidad de conocer al consumidor, elemento clave para toda empresa que ofrezca sus productos o servicios en el mercado. Para ello, en la primera pregunta del tema se analizan los criterios empleados por los clientes a la hora de elegir un determinado establecimiento comercial y se detallan los principales tipos de consumidores atendiendo a los criterios de compra que utilizan y a su proceso de compra. Por su parte, el segundo epígrafe se centra en un criterio básico de elección como es la calidad del servicio del establecimiento, destacando la importancia de gestionar adecuadamente el servicio de atención al cliente. La información sobre el comportamiento de compra de los clientes condicionará todas las decisiones que adopten las empresas en materia de distribución. Concretamente, en este tema se contempla la decisión de localización de los establecimientos. El desarrollo de estrategias

de expansión por parte de los detallistas trae como consecuencia la escasez de buenas ubicaciones. La complejidad de estas decisiones aumenta también debido a la gran cantidad de variables que deben tomarse en cuenta al valorar el interés y atractivo de una determinada localización. En este sentido, se estudiarán diferentes metodologías para delimitar y analizar el atractivo de las áreas comerciales. La última pregunta del tema está dedicada a una de las tendencias más significativas en el campo de la distribución comercial, la geolocalización y las posibilidades que esta técnica abre para las decisiones comerciales de las empresas.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- *Webrooming* o ROPO (*research online/purchase offline*).
- *Showrooming*.
- *Smart consumer*.
- *Prosumer*.
- SOLOMO.
- Comprador planificador versus no planificador.
- Compras decididas / no decididas / previstas / no previstas.
- Calidad del servicio.
- Área comercial.
- Índices de capacidad de compra.
- Saturación del área comercial.
- Sistemas de información geográfica (SIG) / Geolocalización.

2. Distinguir y diferenciar distintos tipos de clientes de los establecimientos comerciales en función de su comportamiento de compra en ellos.

3. Conocer las alternativas para identificar las principales áreas comerciales de un territorio.

4. Destacar las aplicaciones que los sistemas de geolocalización pueden tener en el ámbito de la distribución comercial.

Material de consulta:

VÁZQUEZ CASIELLES, R.; TRESPALACIOS GUTIERREZ, J. A. y otros (2009): Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del Canal de Distribución y Relaciones entre Fabricantes y Detallistas. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulos 5 y 6, pp. 168-240.

Tema 4.- Decisiones de surtido y estrategias de marca del distribuidor

1. Objetivos e importancia de las decisiones sobre surtido.
2. Determinación de los niveles y las dimensiones del surtido. Tipos de surtido.
3. Proceso para seleccionar el surtido.
4. Marcas del distribuidor. Tipología.

Objetivos generales del tema:

El Tema 4 analiza uno de los principales elementos de la política comercial de una empresa detallista: el surtido. La elección de los productos y marcas que se ofrecerán al consumidor final determinará la personalidad y el posicionamiento del establecimiento comercial. La finalidad es reflexionar sobre el proceso seguido para la configuración del surtido, quedando de este modo determinado el árbol de surtido y las principales dimensiones del mismo: amplitud, profundidad, anchura y coherencia. También se analizarán los diferentes tipos de referencias que pueden integrar el surtido. Destaca especialmente el gran peso que han ido adquiriendo dentro del surtido de los establecimientos las marcas del distribuidor. Por este motivo, en la última parte del tema se estudian estas marcas, la evolución que han experimentado y las estrategias que a este respecto pueden desarrollar tanto los fabricantes como los propios detallistas, junto con sus ventajas e inconvenientes potenciales.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- Niveles de surtido.
- Amplitud / profundidad / anchura / coherencia.
- Marcas del distribuidor.
- Productos líderes.
- Productos de primer precio.

2. Distinguir y diferenciar distintos tipos de referencias que se han de incorporar en el surtido: líderes, regionales, primer precio.

3. Comparar distintos tipos de establecimientos comerciales en base a las características del surtido que proporcionan.

4. Analizar la conveniencia y las repercusiones, tanto para fabricantes como para distribuidores, de desarrollar marcas de la distribución.

Material de consulta:

VÁZQUEZ CASIELLES, R.; TRESPALACIOS GUTIERREZ, J. A. y otros (2009): Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del Canal de Distribución y Relaciones entre Fabricantes y Detallistas. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulo 7, pp. 241-267.

Tema 5.- Decisiones de *merchandising* y gestión por categorías

1. Merchandising de presentación.
2. Merchandising de seducción.
3. Merchandising de gestión.
4. Rentabilidad directa del producto (DPP).

Objetivos generales del tema:

El Tema 5 se centra en un área de gran interés, el *merchandising*. Bajo esta denominación se contempla un amplio abanico de actuaciones que son necesarias para el adecuado funcionamiento del punto de venta y para tratar de maximizar su rentabilidad. En concreto se buscará dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿cómo se distribuyen los departamentos, secciones y familias de productos en el establecimiento?, ¿cómo lograr un flujo de clientes sin que se formen cuellos de botella?, ¿cómo podemos generar experiencias y emociones en el consumidor cuando visita el establecimiento?, ¿cómo lograr la exhibición de la mercancía en el punto de venta en las mejores condiciones de visibilidad?, ¿cómo podemos rentabilizar el surtido y los lineales de la empresa? Se dedica un apartado final a presentar el concepto BDP (Beneficio Directo del Producto) o *Direct Product Profitability* (DPP) como una importante herramienta de gestión de la empresa detallista.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- *Merchandising* de presentación.
- *Merchandising* de seducción.
- *Merchandising* de gestión.
- *Facing*.
- Lineal
- Gestión por categorías.
- DPP

2.Saber aplicar las distintas técnicas de *merchandising* para gestionar los establecimientos.

Material de consulta:

VÁZQUEZ CASIELLES, R.; TRESPALACIOS GUTIERREZ, J. A. y otros (2009): Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del Canal de Distribución y Relaciones entre Fabricantes y Detallistas. Editorial Thomson-Paraninfo, Madrid. Capítulo 9, pp. 317-359, Cap. 8, pp. 306-313.

Tema 6.- Modalidades de venta *online*: *e-commerce*, *m-commerce*, *social commerce*

1. Concepto y tipos de comercio electrónico: B2C, B2B, C2B y C2C.
2. Los intermediarios del comercio electrónico.
3. El *m-commerce*.
4. El *social commerce*.
5. El plan de marketing digital.

Objetivos generales del tema:

En el Tema 6 se introducen las nociones básicas sobre el comercio *online*. En concreto se procederá a definir y acotar lo que se entiende por comercio electrónico para posteriormente indicar las distintas tipologías del mismo y los rasgos específicos de esta forma de venta. También se hará referencia a los procesos de desintermediación y reintermediación provocados por Internet, mencionando los nuevos tipos de intermediarios que han ido apareciendo como resultado del incremento de oferentes y demandantes en la Red y de la enorme cantidad de información disponible. Los dos apartados siguientes analizarán dos de las grandes tendencias actuales en materia de distribución y comunicación, el comercio a través del móvil (*m-commerce*) y el *social commerce* o comercio que se sirve de las redes sociales, con lo que se pretende introducir al alumno/a en los nuevos conceptos y tendencias en materia de marketing digital y *retail*. Para terminar, se analizará la estructura de un plan de marketing digital y sus conceptos clave.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir y conocer los conceptos de:

- Comercio electrónico.

- *Business to Consumer (B2C).*
- *Business to Business (B2B).*
- *Consumer to Business (C2B).*
- *Consumer to Consumer (C2C).*
- *m-Commerce.*
- *Social commerce.*
- Plan de marketing digital.

2. Identificar las ventajas e inconvenientes del comercio electrónico.

3. Conocer las aplicaciones que los móviles inteligentes y las redes sociales permiten para la comercialización de los productos y servicios.

Material de consulta:

VÁZQUEZ CASIELLES, R.; TRESPALACIOS GUTIERREZ, J. A. y otros (2009): *Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del Canal de Distribución y Relaciones entre Fabricantes y Detallistas*. Editorial Paraninfo, Madrid. Capítulo 4, pp. 135-164.

CHAFFEY, D. y ELLIS-CHADWICK, F. (2014): *Marketing Digital*. 5ª Edición. Pearson. México.

6. Metodología y plan de trabajo

6.1. Metodología docente

La metodología docente que se seguirá en el desarrollo de la asignatura *Distribución Comercial y Comercio Electrónico* combinará actividades formativas de carácter presencial y no presencial.

1. Actividades formativas de carácter presencial

1. Clases expositivas. Exposición del contenido y conceptos clave correspondientes a cada uno de los temas de la asignatura.

2. Prácticas de aula (I). Presentación y comentario oral por parte de los estudiantes de casos prácticos sobre noticias, lecturas y supuestos reales vinculados con la gestión de la estrategia de distribución de la empresa. Los profesores plantearán previamente el caso práctico a preparar para cada sesión, especificando preguntas o temas de discusión, y los alumnos/as deberán prepararlo y presentarlo en grupo utilizando soporte informático. Se valorará la participación del alumnado, así como su capacidad de

crítica y autocrítica.

3. Prácticas de aula (II). Reuniones con los estudiantes en las prácticas de aula a fin de tutelar y apoyar la realización de un proyecto en grupo sobre el diseño de una estrategia de distribución omnicanal por parte de una empresa ideada por los estudiantes y/o el análisis de la estrategia seguida por una empresa detallista real. El proyecto en grupo se estructurará siguiendo un guion diseñado específicamente para ello. En las prácticas de aula los grupos de alumnos/as deberán presentar de modo oral y con soporte informático la evolución del trabajo a fin de garantizar su correcto desarrollo.

2. Actividades formativas de carácter no presencial

1. Trabajo autónomo. Trabajo del estudiante dedicado tanto a la preparación de los contenidos del examen final de la asignatura, como a las actividades individuales que, dentro del grupo al que estará asignado, deberá desarrollar para realizar su parte de los casos prácticos semanales y del proyecto sobre la estrategia de distribución.

2. Trabajo en grupo. El trabajo en grupo incluye todas las actividades de coordinación que el estudiante tendrá que realizar con relación tanto a las prácticas semanales como al proyecto sobre la estrategia de distribución.

Adicionalmente, se podrán utilizar herramientas disponibles en el Campus Virtual, como por ejemplo la creación de foros, para proponer, comentar y fomentar un debate no presencial sobre noticias o cuestiones relevantes relacionadas con los casos prácticos u otros temas de interés.

6.2. Plan de trabajo

La planificación del trabajo de la asignatura aparece resumida en las siguientes tablas a modo de resumen.

1. Distribución de las modalidades de actividad por temas: número de horas

	TRABAJO PRESENCIAL	TRABAJO NO PRESENCIAL
--	---------------------------	------------------------------

Temas	Horas totales	<i>Clases expositivas</i>	<i>Prácticas de aula</i>	Total	<i>Trabajo autónomo</i> <i>(casos prácticos y proyecto final)</i>
Tema 1	17	3,5	3,5	7	10
Tema 2	28,5	5,25	5,25	10,5	18
Tema 3	17	3,5	3,5	7	10
Tema 4	22,75	3,5	5,25	8,75	14
Tema 5	28,5	5,25	5,25	10,5	18
Tema 6	32,25	7	5,25	12,25	20
Evaluación	4			4	
Total	150	28	28	60	90

2. Distribución de las modalidades de actividad por número (%) de horas

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7%	60 (40%)
	Práctica de aula	28	18,7%	
	Evaluación	4	2,6%	
No presencial	Trabajo autónomo	90	60%	90 (60%)
	Total	150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evolución de la asignatura se realizará a través de los siguientes métodos.

1. **Evaluación continua.** La puntuación máxima asignada es de 4 puntos (el 40% del total de la nota)

final). Se llevará a cabo de varias formas complementarias.

1. Resolución, entrega y presentación oral en grupos de trabajo de casos prácticos sobre noticias, lecturas y/o supuestos reales vinculados a la gestión de la estrategia de distribución comercial y comercio electrónico. La exposición de estos casos tendrá lugar de modo presencial en las prácticas de aula formalmente establecidas durante el periodo lectivo de la asignatura. **La puntuación máxima asignada es de 2 puntos** (el 20% del total de la nota final).

2. Realización durante el periodo lectivo de la asignatura de un proyecto en grupo sobre el diseño de una estrategia de distribución omnicanal por parte de una empresa ideada por los estudiantes y/o el análisis de la estrategia seguida por una empresa detallista real, que deberá ser entregado por escrito, con un Anexo donde se adjunte una presentación resumida de la misma en *powerpoint* o programa similar. Los grupos deberán mostrar la evolución del trabajo en las prácticas de aula establecidas durante el periodo lectivo. **La puntuación máxima asignada es de 2 puntos** (el 20% del total de la nota final).

3. Se podrán obtener **0,5 puntos extras** (hasta alcanzar el máximo de 4 puntos de la evaluación continua) por la realización de otras posibles actividades propuestas a lo largo del curso (como, por ejemplo, participación en foros o asistencia a conferencias recomendadas).

4. Evaluación realizada por los restantes miembros del grupo de trabajo al que esté adscrito el estudiante (opcional). Cada estudiante podrá ser evaluado al final del periodo lectivo por los restantes compañeros que integren su grupo de trabajo, que valorarán su participación e involucración con las actividades realizadas por el equipo a lo largo del curso (utilizando una escala de 10 puntos). La valoración que harán los estudiantes de sus compañeros únicamente se extenderá a cuestiones relacionadas con su participación en las tareas del grupo (asistencia a las reuniones, realización de su parte del trabajo), pero nunca abarcará una evaluación de los contenidos del trabajo o de la resolución de los casos prácticos, cuya valoración es responsabilidad exclusiva del profesor. **Una valoración conjunta media menor de 5 puntos por parte de los compañeros del equipo penalizará la nota de la evaluación continua de ese estudiante en un 25% de los 4 puntos, es decir obtendrá un punto menos que la nota que corresponda a ese grupo por las actividades de evaluación continua.**

2. Examen final. La puntuación máxima asignada es de 6 puntos (el 60% del total de la nota final). Consta de dos partes.

2.1. Prueba de preguntas tipo test. **La puntuación máxima asignada es de 4,5 puntos** (el 45% del total de la nota final).

2.2. Resolución de caso práctico. **La puntuación máxima asignada es de 1,5 puntos** (el 15% del total de la nota final).

A modo de síntesis, la siguiente tabla resume el sistema de evaluación:

Pruebas de evaluación	Peso en la calificación final (puntos y %)
<p>Evaluación continua</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolución, entrega y presentación oral semanal en grupos de trabajo de casos prácticos: 2 puntos (el 20% del total) • Realización de un proyecto en grupo sobre el diseño de una estrategia de distribución omnicanal por parte de una empresa ideada por los estudiantes y/o el análisis de la estrategia seguida por una empresa detallista real: 2 puntos (el 20% del total) • Realización de otras posibles actividades propuestas a lo largo del curso (como, por ejemplo, participación en foros o asistencia a conferencias recomendadas): 0,5 puntos extras (hasta el máximo de 4 puntos de la evaluación continua) • Evaluación realizada por los restantes miembros del grupo de trabajo al que pertenezca el estudiante (opcional), utilizando una escala de 10 puntos. La evaluación se limitará a cuestiones relacionadas con la participación del estudiante en el trabajo del grupo, pero no a los contenidos. Una valoración conjunta media menor de 5 puntos por parte de todos los compañeros del equipo penalizará la nota de la evaluación continua de ese estudiante en un 25% de los 4 puntos, es decir obtendrá un punto menos que la nota que corresponda a ese grupo por las actividades de evaluación continua. 	<p>4 puntos (el 40% del total)</p>
<p>Examen final</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prueba de preguntas tipo test: 4,5 puntos (el 45% del total) • Resolución de caso práctico: 1,5 puntos (el 15% del total) 	<p>6 puntos (el 60% del total)</p>

Requisitos de evaluación:

1. Para aprobar la asignatura, el alumno deberá obtener una puntuación mínima de 2 puntos sobre 6 posibles en el examen final.
2. La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40%, tal como se ha especificado. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

Sistema de evaluación de los estudiantes a tiempo parcial cuando tengan reconocida una evaluación diferenciada

La evaluación diferenciada de la asignatura *Distribución Comercial y Comercio Electrónico* se realizará a través de los siguientes métodos. En primer lugar, en concepto de EVALUACIÓN CONTINUA, el alumno deberá realizar durante el periodo lectivo, y tras la aprobación del profesor responsable, un trabajo

individual sobre el diseño de una estrategia de distribución omnicanal por parte de una empresa ideada por el estudiante y/o el análisis de la estrategia seguida por una empresa detallista real, de acuerdo con lo establecido en el punto 1.2 del apartado 7 de la Guía Docente. El trabajo deberá ser entregado (en formato Word+Power Point o similar) y defendido oralmente en fecha acordada por el estudiante y el profesor. La puntuación máxima asignada al trabajo es de 2 puntos (el 20% de la nota final de la asignatura). En segundo lugar, el alumno deberá realizar el EXAMEN FINAL de la asignatura, de acuerdo con lo establecido en el punto 2 del apartado 7 de la Guía Docente (en este caso el examen tipo test tendrá una valoración máxima de 6 puntos y el comentario del caso una puntuación máxima de 2 puntos). Por tanto, la puntuación máxima asignada al examen final es de 8 puntos (el 80% de la nota final).

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Los principales recursos didácticos de la asignatura (guía docente, programa, material básico utilizado en las clases expositivas, casos prácticos, estructura del trabajo a realizar y otra documentación complementaria) estarán disponibles en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo. Otro material para la preparación de la asignatura es el que se señala a continuación en forma de bibliografía básica y páginas web de referencia:

Manual de referencia:

VÁZQUEZ CASIELLES, R.; TRESPALACIOS GUTIERREZ, J. A. y otros (2009): *Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del Canal de Distribución y Relaciones entre Fabricantes y Detallistas*. Editorial Paraninfo, Madrid.

Otros manuales:

- ALONSO COTO, M. y MARTÍN BOROWIECKA, S. (2014): *El plan de social media marketing. Me gusta compartir para vender*. Pearson.
- APARICIO, G. y ZORILLA, P. (Coords.) (2015): *Distribución comercial en la era omnicanal*. Ediciones Pirámide.
- CHAFFEY, D. y ELLIS-CHADWICK, F. (2014): *Marketing Digital*. 5ª Edición. Pearson. México.
- CRUZ ROCHE, I. (2014): *Canales de distribución*. Ediciones Pirámide.
- LAUDON, K.C. y TRAVER, C.G. (2014): *E-commerce 2013. Negocios, tecnología, sociedad* (9ª ed.). Pearson. México.
- LÓPEZ-QUESADA, A. (2017): *Distribución y trade marketing: Una realidad estratégica de gestión del consumidor final para el beneficio común entre fabricante e intermediarios*. ESIC Editorial.
- MACIÁ DOMENE, F. (2014): *Marketing online 2.0. Cómo atraer y fidelizar clientes en Internet*. Anaya. Madrid.
- MOLINILLO JIMÉNEZ, S. (2014): *Distribución comercial aplicada*. 2ª Edición. ESIC Editorial.
- PALOMARES BORJA, R. (2013): *Merchandising. Teoría, práctica y estrategia*. 2ª Edición. ESIC Editorial.

Páginas web de referencia:

- AECC, Asociación Española de Centros y Parques Comerciales, <http://www.aedecc.com>
- AECOC, Asociación Española de Codificación Comercial / Asociación de Empresas de Gran Consumo, <http://www.aecoc.es>

- ANGED, Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución, <http://www.anged.es>
- Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial: <http://catedrafundacionarecesdc.uniovi.es/>
- KANTAR WORLD PANEL, <http://www.kantarworldpanel.com/es>
- MERCASA, <http://mercasa.es>
- NIELSEN, <http://es.nielsen.com/site/index.shtml>
- ONTSI, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, <http://ontsi.red.es/ontsi>



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Comunicación Comercial	CÓDIGO	GADEMP01-4-018
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español
COORDINADOR/ES	EMAIL		
SANTOS VIJANDE MARIA LETICIA	lsantos@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
SANTOS VIJANDE MARIA LETICIA	lsantos@uniovi.es		
ALAMEDA ABEJON PEDRO			

2. Contextualización

La asignatura Comunicación Comercial se imparte en el 2º semestre del 4º curso del Grado de Administración y Dirección de Empresas (ADE) de la Universidad de Oviedo. La asignatura, de carácter optativo, forma parte del Módulo 4 de Marketing vinculado a la Materia 2, Políticas de Marketing.

Los cambios del entorno no son algo nuevo pero sí lo son tanto el incremento de la rapidez con la que se producen esas transformaciones como los retos que plantean a las empresas. Los directivos y profesionales de marketing necesitan disponer de formas de pensar y herramientas que les ayuden a desenvolverse en un panorama en el que la reputación empresarial es cada vez más frágil y las demandas de información por parte de los diferentes stakeholders van en aumento. El objetivo de esta asignatura es equipar a los estudiantes con los conceptos y herramientas de la comunicación empresarial.

Se presenta la comunicación como una capacidad comercial que convierte inputs tangibles e intangibles en resultados para la empresa. En este sentido, se describe la comunicación integrada de marketing como un mecanismo que permite optimizar los enfoques de comunicación para conseguir una mayor efectividad en la transmisión de los mensajes al público y que confiere, al tiempo, beneficios colaterales vinculados con el aumento del valor de marca y la mejora de los resultados financieros.

Esta asignatura ayuda a entender cómo las empresas deben focalizar sus recursos —tiempo, dinero y esfuerzos— hacia los “mejores” clientes por medio de un enfoque de pensamiento de fuera a dentro. Esto supone partir del propio consumidor en lugar de decidir qué se quiere decir y luego intentar buscar a quién decirlo. La idea es orientar el esfuerzo de comunicación de forma que sea creíble, persuasivo, con contenido y medible.

Comunicación Comercial proporciona una visión actual del papel que juega la comunicación en la estrategia comercial de empresas e instituciones. Desde una perspectiva académica y práctica, se combinan los fundamentos teóricos de esta materia con ejemplos del mundo real e ideas que ayudan a orientar la toma de decisiones estratégicas y tácticas en el área de la comunicación

3. Requisitos

Para cursar esta asignatura es conveniente que el alumno posea las siguientes capacidades y/o habilidades:

1. Capacidad de análisis, crítica y decisión a la hora de evaluar supuestos prácticos.
2. Capacidad de trabajo en equipo con iniciativa y espíritu emprendedor.
3. Habilidad para la búsqueda y acceso a distintas fuentes de información.
4. Habilidad de comunicación oral, utilizando las herramientas informáticas básicas.

Igualmente parece recomendable que el estudiante haya superado las asignaturas de *Fundamentos de Marketing y Dirección Comercial* de segundo y tercer curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas, respectivamente. La diversidad de aspectos tratados en esta asignatura y la gran variedad de nuevos conceptos que se ponen a disposición del alumno hacen aconsejable que se cuente con conocimientos previos de marketing.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo central de la asignatura *Comunicación Comercial* es proporcionar al estudiante una visión completa de la variable comunicación dentro de la estrategia comercial de una empresa. De modo específico, este objetivo central se concreta en:

1. Conocer el papel de la comunicación comercial en la estrategia empresarial.
2. Conocer los diferentes instrumentos de comunicación comercial y su gestión.

A continuación, en función de los objetivos establecidos, se delimitan las competencias genéricas y específicas a trabajar en la asignatura, así como el resultado esperado del proceso de aprendizaje.

Las **Competencias Genéricas** que se trabajan en la asignatura *Comunicación Comercial* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Contar con valores y comportamientos éticos.
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.

Por su parte, las **Competencias Específicas** que son objeto de la asignatura son los siguientes:

- Comprender las características diferenciales de la variable comunicación.
- Planificar el desarrollo de las diferentes variables de comunicación.
- Identificar las diferentes fuentes de información existentes para la toma de decisiones de comunicación.
- Conectar la creatividad de las acciones de comunicación con el análisis de la información recopilada y la formulación de objetivos de comunicación concretos.
- Conocer la terminología que manejan los profesionales de la comunicación y, en particular, los publicistas.
- Identificar los principales agentes participantes en la comunicación comercial.

- Conocer la normativa ética y jurídica que rige las acciones publicitarias.

Finalmente, respecto al **Resultado del Aprendizaje** cabe decir que al finalizar la asignatura el estudiante deberá ser capaz de:

- Comprender el papel de la comunicación comercial en la estrategia empresarial.
- Diferenciar los distintos instrumentos de comunicación comercial.
- Diseñar estrategias de comunicación comercial.

5. Contenidos

PARTE I. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

Tema 1.- Comunicación integrada de marketing (CIM)

PARTE II. ANÁLISIS DE LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

Tema 2.- La publicidad (I): mensaje, agencias de publicidad y legislación publicitaria

Tema 3.- La publicidad (II): análisis y planificación de la comunicación publicitaria

Tema 4.- La promoción de ventas

Tema 5.- Las relaciones públicas

Tema 6.- Marketing directo y fuerza de ventas

Manual de referencia:

- Rodríguez Ardura, I. y otros (2011). *Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una Visión Integrada en el Marketing*. Editorial UOC, Barcelona
-

Programa analítico y objetivos de aprendizaje

Tema 1.- Comunicación Integrada de Marketing (CIM)

1. La comunicación comercial: hacia la imagen de la entidad
2. Diseño de la estrategia de comunicación.
3. La decisión del mix de comunicación: evaluación de la inversión.
4. Influencia de la comunicación en el proceso de compra del consumidor.

Objetivos generales del tema:

El Tema 1 tiene una finalidad introductoria. Se analiza el papel trascendental de la comunicación empresarial y como ésta constituye una estrategia cuyo desarrollo debe plantearse de forma coordinada

desde una doble perspectiva: a) interna, relacionando de forma coherente las distintas variables de comunicación que pueden usar las organizaciones y b) externa, procurando la plena coherencia de la estrategia de comunicación con la estrategia del resto de variables de marketing. Sólo así, mediante la denominada comunicación integral de marketing, se puede conseguir un mix de comunicación armónico que permita construir una imagen corporativa y de marca. Para cumplir este objetivo es necesario conocer: el papel de los distintos elementos que intervienen en un proceso de comunicación (emisor, medio, mensaje,...); las etapas concretas mediante las cuales se diseña la estrategia de comunicación, revisadas desde una perspectiva integrada; y el concepto y la finalidad básica de las distintas variables de comunicación, las cuales permiten en mayor o menor medida desde un trato directo y personalizado (venta personal) hasta un trato impersonal y masivo (publicidad). El tema concluye analizando los mecanismos a través de los cuales la comunicación puede influir en el proceso de decisión de compra de los individuos.

Dificultades para el alumno: adoptar una visión integradora de la comunicación comercial identificando todos los puntos de contacto entre empresa y consumidor y diferenciar las distintas herramientas de comunicación a través de las que se crean relaciones con el cliente.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir el concepto de comunicación integral en marketing.
2. Conocer cómo se desarrolla la estrategia de comunicación.
3. Reconocer en qué consisten las diferentes variables de comunicación y en qué casos resultan más útiles.
4. Entender el proceso de percepción de los mensajes.

Material de consulta:

- Rodríguez Ardura, I. y otros (2011). *Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una Visión Integrada en el Marketing*. Editorial UOC, Barcelona. Capítulo 1.
- Baack, C. (2010). *Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing*. 4ª Ed. Pearson Educación, Madrid. Capítulos 1, 2 y 3.

Tema 2.- La publicidad (I): mensaje, agencias de publicidad y legislación publicitaria

1. La publicidad como proceso de comunicación: objetivos y tipología general de la publicidad.
2. Modelos de actuación publicitaria.
3. La elaboración del mensaje publicitario.
4. Las agencias de publicidad: concepto, funciones, tipología y remuneración.
5. La regulación publicitaria.

Objetivos generales del tema:

El Tema 2 se ocupa en primer lugar de estudiar el proceso de comunicación publicitario, analizando los diferentes objetivos publicitarios y los tipos de publicidad que puede realizar el anunciante (bien sean empresas, asociaciones o la administración pública). Una vez sentadas las bases de qué es publicidad y qué no lo es, se explica cómo la publicidad influye en el aprendizaje, las motivaciones y las actitudes del consumidor. Estos contenidos, junto con la comprensión de los elementos clave a considerar en la elaboración del mensaje publicitario (*briefing*, eje de comunicación, anuncio base, estilos,...), permiten

orientar las decisiones relacionadas con el qué decir y cómo decirlo con el fin de persuadir al receptor del mensaje. También es objetivo de este tema presentar a los agentes de la comunicación publicitaria (quiénes son y qué funciones realizan las agencias de publicidad y las centrales de compra). Finalmente se identifican y explican los principales aspectos legales y éticos que deben considerar los anunciantes. Este último objetivo se concreta en analizar los supuestos de publicidad ilícita que contemplan la Ley General de Publicidad y la Ley de Televisión sin Fronteras (publicidad engañosa, desleal, subliminal,...). También implica comprender en qué consiste y cómo funcionan los mecanismos de autorregulación en materia de comunicación comercial.

Dificultades para el alumno: necesidad de adoptar un enfoque amplio que valore la importancia de la creatividad en el desarrollo de la estrategia publicitaria. Capacidad de análisis comparativo para identificar la mejor alternativa de agencia publicitaria. Valoración de la legislación publicitaria a fin de evitar supuestos ilícitos en las propuestas publicitarias.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Definir publicidad y diferenciarla de otras variables de comunicación.
2. Reconocer la función de la publicidad en la estrategia de marketing.
3. Examinar la influencia que ejerce la publicidad en el comportamiento del consumidor.
4. Valorar la importancia de conectar creatividad y análisis de la información de mercado.
5. Formular *briefing* y *contrabriefing*.
6. Planificar la elaboración del mensaje e identificar sus principales elementos.
7. Describir los distintos tipos de agencias de publicidad y sus sistemas de retribución.
8. Valorar el interés de proteger a los consumidores, de formas de publicidad engañosa, o que sean irresponsables o irrespetuosas desde el punto de vista legal, ético y/o social.
9. Entender los objetivos de Autocontrol y las funciones del Jurado de la Publicidad.

Bibliografía básica:

- Rodríguez Ardura, I. y otros (2011). *Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una Visión Integrada en el Marketing*. Editorial UOC, Barcelona. Capítulo 3.
- Baack, C. (2010). *Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing*, 4ª Ed. Pearson Educación, Madrid. Capítulos 5, 6 y 7.

Tema 3.- La publicidad (II): análisis y planificación de la comunicación publicitaria

1. Medios publicitarios convencionales: medios impresos, radio, televisión y cine.
2. Los nuevos medios de comunicación.
3. La estrategia de difusión: el presupuesto publicitario.
4. La investigación de medios y soportes.
5. Selección de medios y soportes publicitarios y de planes de difusión.

Objetivos generales del tema:

Una vez que el alumno conoce en qué consiste el proceso de comunicación publicitaria y cómo desarrollar un mensaje, es necesario afrontar las características de los diferentes medios de comunicación en los que puede llevarse a cabo la difusión. En este tema se analizan de forma detallada las particularidades de cada medio y se estudian los diferentes formatos publicitarios que existen en cada

uno de ellos, es decir, las diversas alternativas de presentación del mensaje publicitario. A continuación se analiza el diseño de la estrategia de difusión, cuyo objetivo último es determinar la forma más adecuada de invertir el presupuesto publicitario, en los distintos medios y soportes disponibles, de forma que la empresa consiga alcanzar al mayor porcentaje posible del público objetivo. El presupuesto de inversión publicitaria se puede establecer en base a diferentes alternativas que es necesario conocer. Por otra parte, las decisiones señaladas se toman en base a variables objetivas calculadas a partir de los datos de audiencias de los medios. Por tanto, en este tema se analizan los diferentes estudios de investigación de audiencias disponibles en nuestro país como paso previo a revisar cómo se calculan los criterios de selección de medios, soportes y/o planes de difusión, es decir, la combinación de soportes utilizados en la difusión de una campaña.

Dificultades para el alumno: hacer frente a la complejidad que supone el manejo de una gran variedad de términos en lo que se refiere a formatos publicitarios y propiedades de los medios, que deberán ser empleados en la planificación de medios.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Reconocer las características de los diferentes medios de comunicación.
2. Comprender sus implicaciones en el diseño del mensaje.
3. Distinguir los formatos publicitarios específicos de cada uno de ellos.
4. Definir el concepto de soporte publicitario.
5. Definir el concepto de estrategia de difusión.
6. Conocer los métodos de fijación del presupuesto publicitario, sus ventajas e inconvenientes.
7. Revisar las características de los diferentes estudios de investigación de medios y el tipo de información que aportan: OJD, EGM, Sofres.
8. Identificar las diferencias entre audiencia bruta y útil, impactos y contactos.
9. Calcular los conceptos de audiencia útil, frecuencia, eficacia, coeficiente de rentabilidad, GRP's, HUT, rating y share.

Bibliografía básica:

- Rodríguez Ardura, I. y otros (2011). *Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una Visión Integrada en el Marketing*. Editorial UOC, Barcelona. Capítulo 3.
- Baack, C. (2010). *Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing*. 4ª Ed. Pearson Educación, Madrid. Capítulo 8.

Tema 4.- La promoción de ventas

1. El concepto de promoción de ventas.
2. Objetivos de la promoción de ventas.
3. Promociones a las redes de distribución.
4. Promoción en el punto de venta.
5. Planificación y control de la promoción de ventas.

Objetivos generales del tema:

Aunque en muchas organizaciones la publicidad es la variable de comunicación más visible, es importante integrar las diversas acciones de comunicación de modo que, tal y como se destacó en el

Tema 1, todos los mensajes emitidos sean consistentes y tengan efectos sinérgicos. Por ello, en este tema se presenta una variable adicional de comunicación: la promoción de ventas. Se describen las características diferenciales de la promoción, sus objetivos, posibles públicos (distribuidores y consumidores) y diferentes técnicas. La existencia de un amplio abanico de técnicas promocionales hace necesario comprender el proceso de planificación, el cual incluye la consideración de los elementos de medida y control para lograr una mayor eficacia en la utilización de esta herramienta de comunicación.

Dificultades para el alumno: capacidad para determinar la idoneidad de cada una de las diferentes técnicas de promoción comercial en función de los objetivos perseguidos con las mismas.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Comprender el concepto de promoción y su utilidad dentro del plan de comunicación.
2. Identificar las distintas técnicas de promoción de ventas que se pueden aplicar en función del público objetivo al que van destinadas.
3. Planificar el desarrollo de una campaña de promoción de ventas.
4. Controlar sus resultados a corto y largo plazo en activos como el valor de marca.

Bibliografía básica:

- Rodríguez Ardura, I. y otros (2011). *Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una Visión Integrada en el Marketing*. Editorial UOC, Barcelona. Capítulo 4.
- Baack, C. (2010). *Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing*. 4ª Ed. Pearson Educación, Madrid. Capítulo 12.

Tema 5.- Las relaciones públicas

1. Las relaciones públicas en la empresa: tipos de públicos.
2. Las técnicas de relaciones públicas.
3. Comunicación por acción: mecenazgo y patrocinio.
4. Relaciones públicas de crisis.

Objetivos generales del tema:

El Tema 5 se dedica a explicar la función de las relaciones públicas como variable de comunicación dirigida a todos los públicos internos y externos de la organización (desde los empleados hasta las instituciones financieras, los medios de comunicación, los clientes, etc.). A continuación, se describen las técnicas que tienen a disposición las organizaciones para desarrollar sus acciones de relaciones públicas: entre otras, publicity o relaciones públicas con los medios de comunicación, el uso de los medios de información propios y la asistencia a ferias y exposiciones. Seguidamente, se estudiarán el patrocinio y el mecenazgo como formas de comunicación relacionadas que tienen una especial influencia en la imagen

de marca y/o de la organización. Este capítulo finaliza haciendo referencia a las relaciones públicas como herramienta de comunicación de las empresas ante situaciones de crisis.

Dificultades para el alumno: comprender la naturaleza de las relaciones públicas con el objetivo de distinguir esta herramienta de la publicidad o las relaciones públicas. Distinguir las relaciones públicas preventivas de las relaciones públicas de crisis.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Distinguir entre publicidad y relaciones públicas.
2. Identificar las herramientas que utilizan los profesionales de las relaciones públicas.
3. Comprender la naturaleza del patrocinio y del mecenazgo y su relación con otros instrumentos de comunicación.
4. Exponer los elementos claves de las comunicaciones de crisis.

Bibliografía básica:

- Rodríguez Ardura, I. y otros (2011). *Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una Visión Integrada en el Marketing*. Editorial UOC, Barcelona. Capítulo 5.
- Baack, C. (2010). *Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing*. 4ª Ed. Pearson Educación, Madrid. Capítulo 13.

Tema 6.- Marketing directo y fuerza de ventas

1. Definición y aplicaciones del marketing directo.
2. Elementos claves y formas de marketing directo.
3. Naturaleza y objetivos de la fuerza de ventas.
4. La dirección de la fuerza de ventas.

Objetivos generales del tema:

La primera parte del Tema 6 se dedicará a analizar el marketing directo. Se trata de una herramienta de comunicación precisa, desarrollada fundamentalmente a partir de bases de datos de clientes potenciales con los que se aspira a construir una relación mediante la personalización del mensaje. Su espectacular crecimiento no habría sido posible sin el progreso de las tecnologías de la información y la comunicación, que permiten desarrollar, gestionar y explotar bases de datos y ofrecen alternativas de inestimable valor para la comunicación directa e interactiva con los clientes a través de los medios electrónicos. No obstante, junto con la selección de clientes el marketing directo ve acrecentada su complejidad en la medida en la que también implica la definición de la oferta específica a comercializar, la fijación del precio, la distribución mediante venta directa y el análisis y control de la respuesta recibida. En este tema se analizan con detalle estas cuestiones para dar paso, a continuación, a la descripción de las técnicas más habituales del marketing directo: por correo, mediante medios masivos como la televisión, el teléfono y las posibilidades que ofrece Internet. La segunda parte del tema se dedicará a analizar la fuerza de ventas,

teniendo en cuenta que la comunicación personal es, sin duda, el elemento más persuasivo y adaptable a los perfiles de los distintos públicos de la empresa. El vendedor, no obstante, junto con su labor de comunicación está en situación de desarrollar otras muchas funciones para la empresa derivadas de su capacidad de interacción con el mercado. El análisis de todos estos aspectos se completa con la explicación de todas las funciones que comporta la dirección de ventas, es decir, la planificación, organización, evaluación y control del equipo de vendedores de la empresa.

Dificultades para el alumno: comprender las particularidades del marketing directo como variable de comunicación. Comprender las diferentes actividades que conllevan la dirección de ventas y el tipo de decisiones que engloba cada una de ellas.

Objetivos específicos de aprendizaje:

1. Analizar las características del marketing directo como herramienta de comunicación.
2. Identificar cómo desarrollar una campaña de marketing directo en los diferentes medios.
3. Estudiar las ventajas e inconvenientes del desarrollo del marketing directo.
4. Analizar la venta personal como instrumento de comunicación.
5. Identificar las diversas funciones que puede desarrollar el vendedor.
6. Evaluar las actividades y decisiones que conlleva la dirección de ventas.
7. Examinar el contenido y cómo se desarrollan las diferentes etapas de venta personal.

Bibliografía básica:

- Rodríguez Ardura, I. y otros (2011). *Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una Visión Integrada en el Marketing*. Editorial UOC, Barcelona. Capítulos 2 y 6.
- Baack, C. (2010). *Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing*. 4ª Ed. Pearson Educación, Madrid. Capítulos 9 y 11.

6. Metodología y plan de trabajo

6.1. Metodología docente.

La metodología docente que se seguirá en el desarrollo de la asignatura Comunicación Comercial combinará actividades formativas de carácter presencial y no presencial.

1. Actividades formativas de carácter presencial

a. Clases expositivas. Exposición del contenido y conceptos clave correspondientes a cada uno de los temas de la asignatura. Para ello se utilizarán programas informáticos, así como las TIC que faciliten la difusión y comprensión de los aspectos teóricos y prácticos.

b. Prácticas de aula. Presentación y comentario oral por parte del alumnado de casos prácticos sobre noticias, lecturas y supuestos reales vinculados con la gestión de la estrategia comercial de la empresa. El profesorado estimulará la participación del alumnado, así como su capacidad de crítica y autocrítica.

2. Actividades formativas de carácter no presencial

a. Trabajo autónomo. Trabajo del estudiante dedicado tanto a la resolución de los casos prácticos para su presentación oral de modo grupal en las prácticas de aula, como a la preparación de los contenidos del examen final de la asignatura.

b. Trabajo en grupo. Desarrollo de un trabajo en grupo vinculado a la planificación y gestión de la estrategia de comunicación comercial de un producto/servicio. El trabajo en grupo se articulará

mediante el estudio de un mix de comunicación comercial que incluya publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y fuerza de ventas.

6.2. Plan de trabajo.

1. Cronograma.

SEMANA	ACTIVIDADES PRESENCIALES	ACTIVIDADES PRESENCIALES	NO
1	Presentación de la asignatura Clase expositiva (I). Tema 1 (I) Clase expositiva (II). Tema 1 (y II)	Trabajo autónomo Tema 1 Trabajo en grupo Tema 1	
2	Clase expositiva. Tema 2 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 1	Trabajo autónomo Tema 2 Trabajo en grupo Tema 2	
3	Clase expositiva. Tema 2 (II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 2	Trabajo autónomo Tema 2 Trabajo en grupo Tema 2	
4	Clase expositiva. Tema 2 (y III) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 2	Trabajo autónomo Tema 2 Trabajo en grupo Tema 2	
5	Clase expositiva. Tema 3 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 2	Trabajo autónomo Tema 3 Trabajo en grupo Tema 3	
6	Clase expositiva. Tema 3 (II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 3 Trabajo en grupo Tema 3	
7	Clase expositiva. Tema 3 (y III) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 3 Trabajo en grupo Tema 3	
8	Clase expositiva. Tema 4 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 3	Trabajo autónomo Tema 4 Trabajo en grupo Tema 4	
9	Clase expositiva. Tema 4 (y II) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 4	Trabajo autónomo Tema 4 Trabajo en grupo Tema 4	
10	Clase expositiva. Tema 5 (I) Práctica de aula. Casos prácticos Tema 4	Trabajo autónomo Tema 5 Trabajo en grupo Tema 5	

3. Distribución de las modalidades de actividad por número (%) de horas.

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7	60 (40,0%)
	Práctica de aula	28	18,7	
	Evaluación	4	2,6	
No presencial	Trabajo en Grupo	30	20,0	90 (60,0%)
	Trabajo Individual	60	40,0	
Total		150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se realizará a través de los siguientes métodos.

1. Evaluación continua. **La puntuación máxima asignada es de 4 puntos** (el 40% del total de la nota final). Consistirá en varios tipos de actividades complementarias:

1.1. Resolución, entrega y presentación oral en grupo de casos prácticos sobre noticias, lecturas y/o supuestos reales vinculados a la gestión de la estrategia de comunicación comercial de la empresa. La presentación de estos casos tendrá lugar de modo presencial en las prácticas de aula formalmente establecidas durante el periodo lectivo de la asignatura. Esta actividad se llevará a cabo en grupos de alumnos organizados previamente. La valoración de la actividad incluye tanto la presentación del trabajo realizado en los plazos establecidos, como la actitud y participación del grupo durante las clases prácticas en las que se completa el aprendizaje previsto. Por este motivo no se valorarán actividades prácticas entregadas fuera de plazo o sin la asistencia del estudiante. **La puntuación máxima asignada es de 1,5 puntos** (el 15% del total de la nota final).

1.2. Realización durante el periodo lectivo de la asignatura de un trabajo en grupo sobre la gestión de la estrategia de comunicación comercial de un producto/servicio. El trabajo deberá ser entregado en la fecha establecida por el profesor una vez finalizadas las clases. No obstante, los grupos deberán mostrar la evolución del trabajo que están realizando en las fechas establecidas durante curso. **La puntuación máxima asignada es de 2,5 puntos** (el 25% del total de la nota final).

1.3. Evaluación **voluntaria** realizada por los restantes miembros del grupo de trabajo al que esté adscrito el estudiante. Cada estudiante será evaluado al final del periodo lectivo por los restantes compañeros que integren su grupo de trabajo, que valorarán su participación e involucración con las actividades realizadas por el equipo a lo largo del curso (utilizando una escala de 10 puntos). La valoración que harán los estudiantes de sus compañeros únicamente se extenderá a cuestiones relacionadas con su participación en las tareas del grupo (asistencia a las reuniones, realización de su parte del trabajo), pero nunca abarcará una evaluación de los contenidos del trabajo de investigación o de la resolución de los casos prácticos, cuya valoración es responsabilidad exclusiva del profesor. Cada estudiante, adicionalmente, también aportará una valoración sobre su propio trabajo en el grupo. **Una valoración conjunta media menor de 5 puntos por parte de los compañeros del equipo penalizará la nota de la evaluación continua de ese estudiante en un 25% de los 4 puntos, es decir obtendrá un punto menos que la nota que corresponda a ese grupo por las actividades de evaluación continua.**

2. Examen final. **La puntuación máxima asignada es de 6 puntos** (el 60% del total de la nota final). El examen final consistirá de una prueba tipo test.

Requisitos de evaluación:

1. Para aprobar la asignatura, el alumno deberá obtener en el examen final una puntuación mínima de 2 puntos sobre los 6 posibles.

2. La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40%, tal como se ha especificado. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias

Sistema de evaluación de los estudiantes a tiempo parcial cuando tengan reconocida una evaluación diferenciada

La evaluación diferenciada de la asignatura Comunicación Comercial se realizará a través de los siguientes métodos.

En primer lugar, el alumno deberá realizar el **examen final** de la asignatura, de acuerdo con lo establecido en el punto 2 del apartado 7 de la Guía Docente. La puntuación máxima asignada al examen final es de 6 puntos (el 60% de la nota final), debiendo cumplirse los requisitos finales de evaluación establecidos en dicho apartado 7. El examen final será la misma prueba de evaluación final que se aplicará a los alumnos en régimen de dedicación a tiempo completo.

En segundo lugar, el alumno deberá llevar a cabo un **examen práctico** en el que, mediante la resolución de cuestiones asociadas a un caso se valorará la capacidad del alumno/a para aplicar los fundamentos teóricos de la asignatura. Esta prueba de evaluación práctica tendrá lugar el mismo día en que se desarrolle el examen final de acuerdo con las fechas previstas para ello en las diferentes convocatorias que tengan lugar a lo largo del curso académico.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Los principales recursos didácticos de la asignatura (guía docente, programa, presentaciones, casos prácticos, estructura del mix de comunicación y otra documentación complementaria) están disponibles en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo (www.campusvirtual.uniovi.es). Otro material para la preparación de la asignatura es el que se señala a continuación en forma de bibliografía básica y páginas web de referencia:

Manual de Referencia:

Rodríguez Ardura, I. y otros (2011). *Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una Visión Integrada en el Marketing*. Editorial UOC, Barcelona

Otros manuales de consulta:

- Artal, M. (2015): *Dirección de Ventas. Organización del Departamento de Ventas y Gestión de*

- Vendedores. 13ª Ed. Esic Editorial. Madrid.
- Baack, C. (2010): *Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing*. 4ª Ed. Pearson Educación. Madrid.
 - Carrero, E. y González, M.A. (2008): *Manual de Planificación de Medios*. 5ª Ed. Esic Editorial. Madrid.
 - García-Uceda, M. (2011): *Las Claves de la Publicidad*. 7ª Ed. Revisada y actualizada. Esic Editorial. Madrid.
 - Llopis, S. (2015): *Crear la marca global*. Esic Editorial. Madrid.
 - Mir, J. (2015): *Posicionarse o desaparecer*. Esic Editorial. Madrid.
 - Rojas, O. (2012): *Relaciones Públicas. La Eficacia de la Influencia*. 3ª Ed. ESIC Editorial. Madrid.
 - Vilajoana, S. (2011): *Las Leyes de la Publicidad. Límites Jurídicos de la Actividad Publicitaria*. Editorial UOC. Barcelona.
 - Wilcox, D.L. y Cameron, G.T. (2014): *Relaciones Públicas*. 10ª Ed. Pearson Educación. Madrid.
 - Xifra, J. y Lalueza, F. (2012): *Casos de Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa*. Pearson Educación. Madrid.

Páginas web de referencia:

- **Asociación de Autocontrol de la Comunicación:** www.autocontrol.es
- **Asociación de Medios Publicitarios de España:** www.ampepublicidad.es
- **Asociación Española de Agencias de Marketing Promocional:** www.aemp.es
- **Asociación Española de Agencias de Publicidad:** www.aeap.es
- **Asociación Española de Anunciantes:** www.anunciantes.com
- **Asociación General de Empresas de Publicidad:** www.agep.es
- **Asociación para la investigación de los Medios de Comunicación:** www.aimc.es
- **Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo:** www.fecemd.es
- **Infoadex:** <http://www.infoadex.es>
- **Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo (ICEMD):** Artículos, estudios e informes sobre CRM (en español): <http://www.icemd.com>
- **Portal de Relaciones Públicas:** www.prb.com
- **Revista especializada en comunicación y marketing:** <http://www.marketingmk.com>
- **Revista especializada en comunicación:** IPMARK: www.ipmark.com
- **Revista especializada en comunicación:** www.anuncios.com
- **Revista especializada en comunicación:** www.controlpublicidad.com
- **Revista especializada en comunicación:** www.estrategias.com

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Gestión de Riesgos Financieros		CÓDIGO	GADEMP01-4-019
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Fernández Méndez Carlos		cfernan@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
Fernández Méndez Carlos		cfernan@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura Gestión de Riesgos Financieros es una de las dos asignaturas optativas del módulo de Finanzas del Grado en ADE y se integra dentro de la materia de Mercados Financieros junto con las asignaturas Mercados e Instituciones Financieras e Inversiones Financieras. Previamente los alumnos habrán cursado Finanzas Empresariales (asignatura obligatoria del 2º semestre del 2º curso) y *Mercados e Instituciones Financieras* (asignatura obligatoria del 1er semestre del 3er curso) e Inversiones Financieras . (asignatura obligatoria del 2º semestre del 3er curso):

Esta asignatura se coordina con el resto de asignaturas del módulo de Finanzas, estando totalmente interrelacionada tanto con las asignaturas obligatorias (Finanzas Empresariales, Mercados e Instituciones Financieras e Inversiones Financieras) como con el resto de optativas (Análisis y Planificación Financiera). Así, *Finanzas Empresariales* tiene por objetivo el estudio de las decisiones de inversión, financiación y dividendos bajo la perspectiva del objetivo financiero de la creación de valor en la empresa. La asignatura *Mercados e Instituciones Financieras* analiza el entorno financiero en el cual las empresas toman las decisiones financieras. Inversiones Financieras tiene como objetivo el estudio de los mercados de valores. Todos estos aspectos se relacionan directamente con el objetivo de la asignatura de Gestión de riesgo Financieros que es en primer lugar dotar a los estudiantes lugar de conocimientos prácticos para la cuantificación del nivel de riesgo al que se enfrenta la empresa y en segundo lugar aportar conocimientos que les permitan comprender los instrumentos financieros a disposición de las empresas para la cobertura de los factores de riesgo asociados a la volatilidad y exposición al riesgo de los mercados (riesgo de tipos de interés, riesgo de tipos de cambio, riesgo de crédito, riesgo de tipos de cambio, riesgo por variación en el precio de commodities, etc.).

3. Requisitos

No existen requisitos obligatorios para cursar la asignatura aunque se considera conveniente el dominio de los contenidos de las asignaturas de finanzas Mercados e Instituciones Financieras, Inversiones Financieras e análisis y Planificación Financiera. Estas asignaturas introducirán al alumno en la medida del riesgo y las principales características de los productos derivados utilizados para la cobertura del mismo.

Las prácticas a realizar supondrán el manejo masivo de información de mercado, resulta por tanto conveniente que el alumno esté familiarizado con el manejo de hojas de cálculo y, al mismo tiempo, sería recomendable un conocimiento mínimo de sistemas gestores de bases de datos.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo de la asignatura “Gestión de riesgos Financieros” comprende la definición y fundamentos de los conceptos relacionados con la gestión de riesgos financieros, en especial de mercado, así como el planteamiento de una metodología de valoración de los diversos riesgos y el análisis de los mecanismos y alternativas más habituales para su gestión

Las **Competencias Genéricas** que el estudiante adquiere en la asignatura de Gestión de riesgos Financieros son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.

Las **Competencias Específicas** que el estudiante adquiere en la asignatura de *Gestión de Riesgos Financieros* son:

- Tratar repositorios masivos de información económico- financiera mediante gestores de bases de datos y hojas de cálculo
- Definir las tipologías y clasificaciones de los riesgos financieros
- Identificar y diferenciar el conjunto de elementos que definen y diferencian los riesgos financieros
- Detallar las herramientas para la medida de los riesgos financieros
- Reconocer las herramientas para realizar la gestión y transferencia de los riesgos financieros
- Proponer soluciones razonadas a las distintas situaciones y ejercicios que se planteen.

Resultados del Aprendizaje. Al finalizar el módulo el estudiante deberá ser capaz de:

- Reconocer los distintos tipos de riesgo a los que se enfrenta una empresa u otro agente económico
- Medir el nivel de riesgo asumido por una determinada posición en el mercado
- Calcular el valor en riesgo de una cartera de renta variable.
- Conocer y valorar distintos productos derivados.
- Utilizar productos derivados para la cobertura de posiciones de riesgo
- Calcular la duración y convexidad de una cartera de renta fija y plantear su inmunización.

5. Contenidos

El programa de la asignatura se organiza en 7 temas. Un primer tema introductorio que tiene como finalidad la determinación del propio concepto de riesgo financiero separando sus distintos elementos y introduciendo distintas medidas del mismo. El segundo tema introduce la metodología del VaR para la medida del riesgo y se aborda de manera práctica la manera su estimación paramétrica y mediante simulación histórica y de Monte Carlo. El tema 3 introduce los Contratos forward y futuros Financieros abordándose tanto su definición, su valoración y su utilización para la cobertura de riesgos financieros. El tema 4 se dedica enteramente a las opciones financieras, definiendo sus distintas modalidades y abordando los parámetros de los cuales depende su valor de mercado. El tema 5 aborda la cobertura del riesgo de mercado mediante la utilización de opciones : utilización de posiciones básicas, de sintéticos y de posiciones combinadas. Finalmente los temas 6 y 7 se dedican respectivamente al riesgo de tipos de interés y de crédito, su tipificación y cobertura.

5.1. Programa

Tema 1: Introducción al riesgo Financiero

- Concepto de riesgo
- Tipos de riesgo
- Cuantificación del riesgo en activos de renta fija
- Cuantificación del riesgo en activos de renta variable
- Medidas de riesgo absoluto
- Medidas de riesgo relativo

TEMA 2 La medición del riesgo a través del Value at Risk (VaR)

- Introducción al VaR
- Estimación del VaR paramétrico
- Estimación del VaR por simulación histórica

Tema 3 Contratos forward y futuros Financieros

- Futuros financieros
- Valoración de futuro
- Operativa con futuros
- Principales contratos de futuro
- Contratos a plazo: FRA (forward rate agreement)
- Valoración de un FRA

- Estrategias de cobertura con contratos de futuros

Tema 4: Opciones Financieras

- Opciones de compra
- Opciones de venta
- Componentes de la prima
- Parámetros de sensibilidad

TEMA 5: La gestión del riesgo de mercado con opciones

- Posiciones básicas
- Put protectora
- Call Cubierta
- Cobertura Delta y Gamma
- Posiciones combinadas:
- Estrategias de tendencia
- Estrategias de volatilidad

TEMA 6. Gestión del riesgo de tipos de interés en Renta Fija

- Medición del riesgo de tipo de interés
- Inmunización y otras estrategias en carteras de renta fija
- El control del riesgo de tipos de interés a través de permutas financieras (SWAPS)

TEMA 7. Gestión del riesgo de crédito en Renta Fija.

- Medición del riesgo de crédito
- Cobertura con derivados

6. Metodología y plan de trabajo

El desarrollo del programa de la asignatura se realiza a través de actividades presenciales y no presenciales. La docencia presencial se basa en dos tipos de actividades: Clases expositivas y prácticas de aula, con sesiones semanales de hora y media cada una.

En las clases teóricas el profesor se dedicará fundamentalmente a exponer y explicar con detalle los conceptos teóricos de cada uno de los temas, haciendo hincapié en los aspectos más relevantes para su comprensión. El contenido de las sesiones prácticas de la asignatura se llevará a cabo mediante el planteamiento de casos reales de medida del riesgo, valoración de derivados o planteamiento de estrategias de cobertura y a través de cuestionarios en el campus virtual que implicarán una aplicación de los contenidos teóricos a cuestiones prácticas. La utilización de una fórmula u otra dependerá del contenido del tema a tratar.

En este contexto, el plan de trabajo de las actividades presenciales es el siguiente:

Clases expositivas: En estas clases se planteará la motivación general del tema y se dará

una visión general de su parte teórica. Se apoyan con la utilización de medios audiovisuales. Los alumnos cuentan con una bibliografía básica para adquirir los conocimientos teóricos. Adicionalmente se dotará a los alumnos de documentación de apoyo (transparencias y/o apuntes) a través del campus virtual

Prácticas de aula: En estas sesiones se resolverán cuestiones prácticas relacionadas con los conocimientos teóricos analizados en las clases expositivas. El contenido práctico que contempla la realización de simulaciones de cobertura con datos reales extraídos de las páginas de información suministradas por MEFF (Mercado Español de Opciones y Futuros Financieros) y por entidades financieras en el ámbito de los mercados OTC (Over the Counter). Asimismo, se realizarán prácticas de valoración de productos derivados y de estimación del valor en riesgo de distintas posiciones en renta variable.

Adicionalmente se planteará un proyecto de medida y cobertura del riesgo para una cartera con datos reales que se realizarán en grupo y cuyo seguimiento se hará en las sesiones prácticas de la asignatura.

El trabajo en clase ha de complementarse con las siguientes actividades no presenciales:

Trabajo autónomo del estudiante, principalmente centrado en el estudio de los contenidos impartidos en clase y en la preparación de las prácticas de aula con antelación a la realización de las mismas.

Trabajo en grupo sobre un tema o materia relacionada con los contenidos de la asignatura. Permitirá al alumno perfeccionar sus competencias y habilidades relacionadas con el trabajo en equipo, la búsqueda de información, y la capacidad para aplicar las ideas en la práctica. Los trabajos a realizar se comentarán y asignarán en la primera sesión práctica. Los grupos serán de 4-5 estudiantes. Este trabajo consistirá en un tratamiento integral de una posición de riesgo partiendo de la medición del mismo y planteando una o varias estrategias alternativas para su cobertura. Se realizará un seguimiento de la posición y se hará un resumen final con el resultado de la misma identificando sus aciertos o fallos y en tal caso posibles actuaciones alternativas.

Los trabajos deberán ser presentados en las sesiones prácticas en los días indicados para cada grupo en el calendario de la asignatura.

Los alumnos tendrán acceso a través del campus virtual a los materiales docentes para el desarrollo las actividades prácticas. Ocasionalmente tendrán que buscar fuentes de información en la red fundamentalmente acudiendo a la web de MEFF, así como a repositorios pertenecientes a organismos oficiales como el INE o la CNMV o el Banco de España que proporcionan datos necesarios para la valoración de derivados o para la medida del riesgo de una cartera.

MODALIDADES	Horas	%
Clases Expositivas	28.0	18.67
Prácticas de Aula/ Seminarios	28.0	18.67
Evaluación	4.0	2.67

Trabajo no Presencial	90.0	60.0
Total	150.0	100

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se basa en dos elementos:

1. **Evaluación continua**, mediante la cual se valorará el trabajo desarrollado por el estudiante a lo largo del curso en actividades individuales y en grupo. El peso en la calificación final es del 40%.
2. **Examen final**, que consistirá en una prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos adquiridos por el estudiante así como la capacidad para aplicarlos a casos prácticos. El peso de esta prueba en la nota final es del 60%.

Descripción de las actividades de evaluación continua:

La evaluación continua se basará en los siguientes elementos:

-La realización de una serie de pruebas de seguimiento de los contenidos correspondientes al tema que se esté desarrollando en las clases. Esta prueba puede consistir tanto en un ejercicio similar a los desarrollados en clases de práctica como en un cuestionario sobre los aspectos tratados en las clases de teoría. Las pruebas de evaluación continua no son recuperables en las convocatorias extraordinarias donde se conservará la nota obtenida en estas pruebas realizadas a lo largo de las sesiones de clase. Cada una de las pruebas tendrá una puntuación máxima de 1 punto, siendo el total de puntos posibles a obtener por este concepto de 2,5.

- Trabajos en grupo: sobre temas o materias relacionadas con los contenidos de la asignatura que serán propuestas o acordadas con el profesor. Permitirá al alumno interactuar y discutir con otros estudiantes y así perfeccionar sus competencias y habilidades relacionadas con el trabajo en equipo, la búsqueda de información, análisis y síntesis de contenidos, argumentación y capacidad de comunicación. La máxima puntuación que cada alumno puede obtener es de 1,5 puntos y por la propia naturaleza de la actividad no es recuperable en las convocatorias extraordinarias.

En caso de Evaluación Diferenciada consultar condiciones aprobadas anualmente por el Decanato (o directamente con el profesor de la asignatura).

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía Básica

Castellanos Hernán, Enrique (2011): Opciones y Futuros de Renta Variable. Manual Práctico, Ed. Instituto Bolsa y Mercados Españoles.

Dowd, Kevin (2007): Measuring market risk, Ed John Wiley and Sons.

Ferruz Agudo Luis (2009): Dirección financiera del riesgo de interés Ed. Piramide

Hull, John C. (2015): Introducción a los Mercados de Futuros y Opciones, 8ª Ed ADDISON-WESLEY

Hull, John C. (2015): Risk Management and Financial Institutions, Ed Pearson, Prentice Hall

Otras fuentes de información en Internet:

Chicago Board Options Exchange	www.cboe.com
MEFF	http://www.meff.es/
Comisión Nacional del Mercado de Valores	www.cnmv.es
INE	www.ine.es
Banco de España	www.bde.es
Securities Exchange Commission (SEC)	www.sec.gov
Información Regulada Autoridades Financieras (Europa)	http://www.esma.europa.eu/page/oams
Yahoo Finanzas	http://es.finance.yahoo.com/
Google Finanzas	http://www.google.com/finance
TRADING ECONOMICS	www.tradingeconomics.com
Eurostat	http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Análisis y Planificación Financiera		CÓDIGO	GADEMP01-4-020
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Fernández Méndez Carlos		cfernan@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
Fernández Méndez Carlos		cfernan@uniovi.es		

2. Contextualización

La asignatura Análisis y Planificación Financiera es una de las dos asignaturas optativas del módulo de Finanzas del Grado en ADE y se integra dentro de la materia de Finanzas corporativas junto con las asignatura Finanzas Empresariales. Previamente los alumnos habrán cursado Finanzas Empresariales (asignatura obligatoria del 2º semestre del 2º curso) y *Mercados e Instituciones Financieras* (asignatura obligatoria del 1er semestre del 3er curso) e Inversiones Financieras . (asignatura obligatoria del 2º semestre del 3er curso)

Esta asignatura se coordina con el resto de asignaturas del módulo de Finanzas, estando totalmente interrelacionada tanto con las asignaturas obligatorias (Finanzas Empresariales, Mercados e Instituciones Financieras e Inversiones Financieras) como con el resto de optativas (Gestión de Riesgos Financieros). Así, *Finanzas Empresariales* tiene por objetivo el estudio de las decisiones de inversión, financiación y dividendos bajo la perspectiva del objetivo financiero de la creación de valor en la empresa. La asignatura *Mercados e Instituciones Financieras* analiza el entorno financiero en el cual las empresas toman las decisiones financieras. Inversiones Financieras tiene como objetivo el estudio de los mercados de valores. Todos estos aspectos se relacionan directamente con el objetivo de la asignatura de análisis y Planificación Financiera que es dotar al alumno de herramientas específicas que sirvan en primer lugar para valorar el resultado de las decisiones financieras en términos de su aportación al objetivo de la creación de valor y en segundo lugar para desarrollar un plan de financiación de la empresa adecuado a su actividad y a las condiciones de su entorno.

3. Requisitos

No existen requisitos obligatorios para cursar la asignatura aunque se considera conveniente el dominio de los contenidos de las asignaturas obligatorias de finanzas especialmente las asignaturas Finanzas empresariales e Inversiones Financieras La asignatura. Finanzas Empresariales aporta al alumno conocimiento general de las decisiones financieras en la empresa cuyos resultados en términos de creación de valor se valoran en "Análisis y planificación Financiera". Por su parte Es conveniente que el alumno esté familiarizado con los medios financieros y métodos de valoración de los mismos tratados en la asignatura Inversiones Financieras. El alumno debe estar igualmente familiarizado con la información económico-financiera emitida por las empresas la cual será el punto de partida para el análisis de las decisiones financieras tomadas en el pasado y para la presupuestación futura.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo de la asignatura "Análisis y Planificación Financiera" es doble. En primer lugar, por lo que se refiere a la parte de Financiero el objetivo buscado consiste en proporcionar al alumno herramientas para la valoración de la situación económico-financiera de una empresa atendiendo a los tres aspectos fundamentales de: rentabilidad, riesgo y capacidad de crecimiento de la empresa. Se concluye el análisis

mediante la aplicación práctica de las metodologías para la valoración empresarial: Modelos de valoración por descuento de flujos de efectivo, valoración relativa. Estas metodologías se aplican en un contexto internacional. En segundo lugar, por lo que se refiere a la aparte de Planificación financiera se busca proporcionar herramientas para la planificación de los ciclos de financiación - inversión a corto plazo y largo plazo de la empresa. Se dota al alumno de una serie de conocimientos que le sirvan anticipar la marcha de la empresa sirviéndose para ello de la elaboración de presupuestos y estados previsionales y realizando un control financiero de los mismos

Las **Competencias Genéricas** que el estudiante adquiere en la asignatura de Análisis y Planificación Financiera son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.
- Contar con valores y comportamientos éticos.

Las **Competencias Específicas** que el estudiante adquiere en la asignatura de *Análisis y Planificación Financiera* son:

- Tratar repositorios masivos de información económico- financiera mediante gestores de bases de datos y hojas de cálculo
- Analizar el resultado de las decisiones de inversión financiación y dividendos
- Valorar empresas en un entorno caracterizado por la información incompleta: Aplicación de técnicas de previsión con tolerancia a la incertidumbre.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir opiniones informadas sobre situaciones concretas de empresas.

Resultados del Aprendizaje. Al finalizar el módulo el estudiante deberá ser capaz de:

- Ser capaz de valorar críticamente la información económico-financiera disponible para una empresa o un sector económico.
- Asimilar el objetivo financiero de la empresa así como las posibles desviaciones frente al mismo.
- Ser capaz de valorar críticamente la información económico- financiera disponible para una empresa o un sector económico
- Manejar los indicadores que permiten medir la rentabilidad el riesgo y el crecimiento y la creación de valor en la empresa.
- Tener conocimiento de la relación entre la rentabilidad el riesgo y el crecimiento así como su concreción en el valor de la empresa.
- Conocer y aplicar de manera práctica las metodologías de valoración de empresas.
- Conocer y aplicar las técnicas de presupuestación.
- Analizar el cumplimiento de los presupuestos: Analizar las causas de posibles desviaciones y diseñar cursos de acción ante las mismas.

5. Contenidos

El programa de la asignatura se organiza en 8 temas agrupados en dos bloques. Un primer tema

introdutorio que tiene como finalidad el conocimiento del entorno en que se toman las decisiones financieras, el objetivo de las mismas y la disciplina del análisis financiero. El segundo tema abordaría de manera práctica las técnicas a aplicar en el análisis financiero. Los temas 3, 4 y 5 abordarían la evaluación de la rentabilidad, riesgo y crecimiento de la empresa. El tema 6 resumiría estos tres aspectos en su concreción la creación de valor y abordaría las metodologías de valoración de la empresa. El 2º bloque corresponde a la parte de planificación Financiera y comprenden de los temas 7 y 8 dedicados respectivamente al proceso de presupuestación del ciclo a corto de la empresa y al establecimiento del plan maestro a largo plazo.

5.1. Programa Abreviado:

RESUMEN DE CONTENIDOS:

Tema 1: El equilibrio económico-financiero de la empresa

Tema 2: Métodos del análisis Financiero

Tema 3: Rentabilidad empresarial

Tema 4: Riesgo empresarial

Tema 5: Crecimiento sostenible

Tema 6: Metodologías de valoración de empresas

Tema 7: Planificación del ciclo a corto plazo

Tema 8: Planificación Financiera a Largo plazo

5.2. Programa detallado y objetivos de aprendizaje

Tema 1: El equilibrio económico-financiero de la empresa

1.1. El marco de las finanzas en la empresa

1.2. Equilibrios económico-financieros dinámicos

1.3. El objetivo financiero de la empresa

1.4. El análisis financiero

1.5. Usuarios del análisis financiero

Objetivos:

El objetivo de este tema es conocer las decisiones financieras de la empresa y los equilibrios que deben mantenerse para la supervivencia de la empresa en el largo plazo. Igualmente se define el objetivo financiero al que deben tender estas decisiones. Finalmente, relacionado con los apartados anteriores se define la disciplina del análisis financiero así como las distintas orientaciones que puede tomar el mismo en función los usuarios o partes interesadas.

Objetivos específicos de aprendizaje:

Conocer las decisiones financieras y los equilibrios que se derivan de ellas

Definir el objetivo financiero desde la óptica de los distintos entornos a los que se expone la empresa.

Definir el análisis financiero

Conocer los distintos usuarios del análisis financiero así como la orientación específica que dan a estas técnicas

Material de consulta:

CUERVO GARCÍA A.: "Análisis y planificación financiera de la empresa" Civitas, 1994. Tema 1

DAMODARAN A: "Applied corporate finance" Wiley and Sons, 2010. Tema 2

Tema 2.- Métodos del análisis financiero

- 2.1. Análisis financiero clásico: La metodología de los ratios
- 2.2. Ratios de liquidez
- 2.3. Ratios de solvencia
- 2.4. Ratios de eficiencia
- 2.5. Índices de rentabilidad y márgenes
- 2.6. Ratios bursátiles
- 2.7. Aplicación de métodos estadísticos al análisis financiero

Objetivos:

En este tema se presentan las principales metodologías para el análisis financiero de la empresa. En primer lugar se introducen las metodologías clásicas con especial hincapié en el análisis de ratios. Se desarrollan los distintos grupos de ratios que permiten analizar distintos aspectos del estado económico-financiero de la empresa: Liquidez y solvencia, eficiencia, rentabilidad y valoración bursátil. Finalmente se introducen las técnicas de análisis financiero moderno que emplean métodos estadísticos para aglutinar la información de distintos ratios individuales en un indicador único de aspectos tales como la solvencia de la empresa o su calificación en términos de riesgo que quiebra.

Objetivos específicos de aprendizaje:

Conocer y los métodos de análisis clásico: horizontal,- vertical, intra-empresa y sectorial

Definir distintos ratios financieros para la medida de la liquidez la solvencia la eficiencia de uso del activo, la rentabilidad y la valoración de mercado de la empresa.

Calcular y valorar de manera crítica la información proporcionada por los ratios financieros.

Revisar ejemplos prácticos de aplicación de métodos estadísticos al análisis financiero..

Material de consulta:

CUERVO GARCÍA A.: “Análisis y planificación financiera de la empresa” Civitas, 1994. Capítulo 3

GONZÁLEZ-PASCUAL, J.: “Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera”, Pirámide, 2011 Capítulo 12

Tema 3.- La rentabilidad empresarial

- 3.1 Beneficio frente a. flujo de efectivo
- 3.2 Concepto de rentabilidad
- 3.3 La rentabilidad económica
- 3.4 La rentabilidad financiera
- 3.5 La rentabilidad de mercado

Objetivos:

En este tema se desarrolla el concepto de la rentabilidad empresarial. Se diferencia el concepto del beneficio contable de la renta generada, base para la valoración de la empresa. Se introducen las distintas formas de medir la rentabilidad de la empresa con base en la información financiera disponible en las cuentas anuales. Se define distintos modos de medir la rentabilidad del activo (rentabilidad económica) y la rentabilidad para los accionistas (rentabilidad financiera) así como los determinantes de ambas medidas de rentabilidad. Se introducen las distintas formas de medir la rentabilidad de mercado de la empresa (en términos discretos y continuos) así como las formulaciones de los promedios aritméticos y geométricos.

Objetivos específicos de aprendizaje:

Diferenciar el beneficio contable del flujo de efectivo.

Definir la rentabilidad económica y su descomposición.

Definir la rentabilidad financiera y su descomposición.

Analizar el efecto del uso de la deuda sobre la rentabilidad para los accionistas

Definir la rentabilidad de mercado continua y discreta así como sus promedios aritmético y geométrico

Material de consulta:

CUERVO GARCÍA A.: “Análisis y planificación financiera de la empresa” Civitas, 1994. Capítulo 4

DAMODARAN, A Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset. Wiley, 2012. Capítulos 9 y 10

GONZÁLEZ-PASCUAL, J.: “Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera”, Pirámide, 2011 Capítulo 17

Tema 4.-El riesgo empresarial

- 4.1 Riesgo y solvencia
- 4.2 Riesgo económico
- 4.3 Riesgo financiero
- 4.3 Riesgo global
- 4.5 Medidas de riesgo de mercado (Modelos rentabilidad – riesgo)

Objetivos:

En este tema se define el riesgo empresarial separando los conceptos de riesgo por actividad o económico y riesgo por financiación o financiero. Se revisan distintos indicadores de riesgo como los grados de apalancamiento operativo financiero y total así como medidas de dispersión de los resultados. Se introduce la metodología del valor en riesgo para la medida del riesgo de mercado y se aplican distintas aproximaciones prácticas para su estimación. Finalmente se desarrolla la aplicación práctica de los parámetros de riesgo de una empresa y se hace una aplicación de estas medidas de riesgo al modelo CAPM utilizado en la estimación del rendimiento exigido por los accionistas.

Objetivos específicos de aprendizaje:

Definir el concepto de riesgo y solvencia

Separar el riesgo según su origen por actividad económica o por financiación de la empresa

Definir medidas de riesgo con origen en información contable y de mercado

Definir comprender y aplicar distintas aproximaciones metodológicas al cálculo del valor en riesgo

Estimar los distintos elementos del modelo CAPM

Conocer el concepto de prima de riesgo

Calcular el rendimiento exigido por los accionistas a una empresa e función de su riesgo.

Material de consulta:

CUERVO GARCÍA A.: "Análisis y planificación financiera de la empresa" Civitas, 1994. Capítulo 5

DAMODARAN, A Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset. Wiley, 2012. Capítulos 4, 7, y 8

Tema 5.-El crecimiento empresarial

5.1 Concepto de crecimiento financieramente sostenible.

5.2 Condiciones definitorias del crecimiento sostenible

5.3 Crecimiento intrínseco y extrínseco

5.4 Modelo descriptivo de la frontera de crecimiento sostenible y seguro de las ventas

5.5 Estimación del crecimiento del bpa "g" 6

Objetivos:

En este tema se define el concepto de crecimiento financieramente sostenible y se desarrolla una formulación del mismo. Se determina de manera práctica las distintas metodologías utilizadas para estimar este concepto base de la valoración de las empresas.

Objetivos específicos de aprendizaje:

Definir el concepto de crecimiento empresarial.

Separar el crecimiento en su componente interno y su componente externo

Identificar los factores determinantes de la capacidad de crecimiento de la empresa

Estimar de manera práctica la capacidad de crecimiento de una empresa.

Material de consulta:

DAMODARAN, A Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset. Wiley, 2012. Capítulo 11.

Tema 6.- Creación de valor Valoración empresarial

- 6.1.- La creación de valor en la empresa
- 6.2.- Medidas de creación de valor
- 6.3.- Valoración por referencia
- 6.4.-Valoración empresarial por descuento de flujos de caja

Objetivos:

En este tema se abordarán la creación de valor su medición y los métodos de valoración de la empresa. Se define distintas medidas de creación de valor (beneficio residual, el EVA, el valor de mercado añadido el ratio de valoración y la q de Tobin. A continuación se analizan los métodos disponibles para la determinación del valor de una empresa: la valoración por referencia basada en múltiplos y la valoración intrínseca por descuento de flujos de efectivo.

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Conocer el concepto de creación de valor
- Medir la creación de valor en un periodo: Utilizar distintos indicadores conociendo sus características
- Comprender los fundamentos de la valoración relativa y por descuento de flujos de caja
- Aplicar estas metodologías a la valoración de una empresa

Material de consulta:

DAMODARAN, A Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset. Wiley, 2012..

PINDADO, J. (Director) (2012): Finanzas Empresariales, Ediciones Paraninfo, Madrid. Capítulo 3.

Tema 7.-Planificación Financiera a corto plazo

- 7.1.- Concepto y limitaciones de la planificación financiera
- 7.2.- Gestión de inventarios
- 7.3 Gestión de comercial
- 7.4.- Gestión de tesorería

Objetivos:

El objetivo fundamental en este tema es introducir la planificación financiera. Se introducirán las herramientas para planificar las decisiones de inversión y financiación del ciclo a corto de la empresa con el objetivo de mantener la continuidad en el mismo garantizando al mismo tiempo la eficiencia en el uso de los recursos.

Se hará una aproximación práctica a la presupuestación de los flujos netos de caja generados por la

empresa a corto plazo con la finalidad de evitar tanto las situaciones de iliquidez, manteniendo un nivel óptimo de seguridad, como el evitar el mantenimiento de recursos ociosos, sin caer en descubiertos financieros.

Objetivos específicos de aprendizaje:

Conocer las características de un contrato de futuros y los determinantes del precio.

Comprender la valoración de futuros.

Diseñar estrategias de inversión en futuros según los objetivos del inversor.

Conocer las características de un contrato de opción y los determinantes del precio.

Comprender los modelos de valoración de opciones.

Diseñar estrategias de inversión en opciones según los objetivos del inversor.

Material de consulta:

PINDADO, J. (Director) (2012): Finanzas Empresariales, Ediciones Paraninfo, Madrid. Capítulos 14 y 15.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W. y JAFFE, J.F. : Finanzas Corporativas. McGraw-Hill 2012. Capítulos 26 al 28.

Tema 8.- Modelos de planificación Financiera a largo plazo

8.1.- Modelos de proyección de estados financieros

8.2.- Modelos de optimización

8.3 Modelo para la Planificación Financiera a largo plazo en Excel.

Objetivos:

El objetivo de este tema es la descripción y aplicación de las distintas técnicas para la planificación de la actividad de inversión y financiación de la empresa en el largo plazo. Se hará especial hincapié en los modelos financieros previsionales en los que partiendo de una expectativa de actividad la empresa plasma todos los flujos reales y financieros.

Objetivos específicos de aprendizaje:

Elaborar estados previsionales sobre los diferentes escenarios en los que se puede encontrar la empresa.

Redactar recomendaciones que integran la información de los distintos departamentos de la empresa en un único plan previsional.

Diseñar un modelo previsional basado en datos históricos con el apoyo de Excel.

.Material de consulta:

DURBAN OLIVA, S., IRIMA DIÉGUEZ, A., OLIVER ALFONSO, M^a.D., PALACÍN SANCHEZ, M^a.J.. Planificación Financiera en la práctica empresarial, Ediciones Pirámide, 2009.

RODRIGUEZ SANDIAS, A. y ITURRALDE JAINAGA, T., Modelización Financiera Aplicada. Modelos de Planificación Financiera en Excel. Delta Publicaciones, 2008

Nugus, S. Financial Planning using Excel - Forecasting, Planning and Budgeting Techniques. Elsevier CIMA Publishing 2009

6. Metodología y plan de trabajo

El desarrollo del programa de la asignatura se realiza a través de actividades presenciales y no presenciales. La docencia presencial se basa en dos tipos de actividades: Clases expositivas y prácticas de aula, con sesiones semanales de hora y 45 minutos cada una.

Al comienzo de cada unidad didáctica o tema se facilitarán al alumno los materiales de trabajo de dicha unidad que incluirán los aspectos teóricos del mismo, los casos o ejercicios propuestos, lecturas, etc, la bibliografía y los objetivos de trabajo a desarrollar por el alumno. El peso de cada una de las fórmulas de trabajo propuestas dependerá del tema concreto a desarrollar en cada sesión. En todo caso, se buscará fomentar el aprendizaje práctico y participativo del alumno.

El plan de trabajo de las actividades presenciales será el siguiente:

- **Clases expositivas:** La lección magistral constituirá el método didáctico empleado para presentar el cuerpo teórico de conocimientos básicos en cada tema. Esta metodología permitirá que el profesor incida en los aspectos más relevantes en cada tema y enfoque al alumno respecto a la forma de trabajar las distintas tareas que se propongan. Se utilizarán presentaciones PowerPoint que serán facilitadas a los alumnos al inicio de cada tema.
- **Prácticas de aula:** Teniendo en cuenta el carácter práctico de las asignaturas de la disciplina financiera, las clases prácticas constituirán un complemento indispensable de las clases expositivas. Estas clases prácticas tienen por objeto permitir al alumno profundizar y afianzar los conocimientos teóricos adquiridos, abordando de forma individual o en grupo la resolución de los ejercicios o prácticas propuestos, que en la medida de lo posible, tratarán de simular situaciones a las que tendrá que enfrentarse el alumno en su futura vida profesional.

El desarrollo de las sesiones prácticas se apoyará fundamentalmente en una colección de supuestos y ejercicios elaborada y revisada por los profesores de la asignatura y complementada con los manuales prácticos propuestos. Con objeto de permitir al alumno estar en contacto con la investigación y actualidad sobre aspectos financieros y completar los supuestos anteriormente señalados, se entregarán casos, artículos y lecturas y también se incentivará que los propios alumnos busquen información en la prensa financiera o revistas divulgativas. En la medida de lo posible, se buscará que estas prácticas se resuelvan en un contexto de debate y discusión en el aula que fomente el esfuerzo de análisis de los alumnos, a la vez que los familiarice con el contexto empresarial real de soluciones no únicas. En las prácticas de aula se emplearán básicamente los mismos medios que en las clases expositivas, mientras que las sesiones de laboratorio se realizarán en el aula de informática, estando destinadas a la resolución de aquellas tareas que precisen el empleo de distintos programas (SSPS, Excel, Stata, etc.), así como a la búsqueda de informaciones diversas de empresas, organismos, mercados financieros, etc. en Internet.

- **Examen:** Al final del periodo se propone una prueba escrita de carácter conjunto (teórico-práctica) que permitirá evaluar el proceso de aprendizaje del alumno, su capacidad crítica, de análisis y de visión de conjunto desarrollada por el mismo, así como su capacidad para encontrar

nuevas ideas y soluciones en el ámbito de las finanzas.

El trabajo en clase ha de complementarse con las siguientes actividades no presenciales:

- **Trabajo autónomo del estudiante:** principalmente centrado en el estudio de los contenidos impartidos en clase y en la preparación de las prácticas de aula con antelación a la realización de las mismas.
- **Trabajo en equipo:** Con objeto de desarrollar la faceta social y colaborativa entre alumnos se propondrán actividades a desarrollar en grupo. Estas actividades propuestas, al igual que las referidas al trabajo autónomo del estudiante, estarán guiadas y tuteladas en todo momento por los profesores de la asignatura, utilizando el apoyo de las nuevas tecnologías de la información, en la medida de lo posible.

Los alumnos tendrán acceso a través del campus virtual a los materiales docentes para el desarrollo las actividades prácticas. Ocasionalmente tendrán que buscar fuentes de información en la red fundamentalmente acudiendo a la web corporativa de las empresas analizadas, así como a repositorios pertenecientes a organismos oficiales como el INE o la CNMV o el Banco de España.

La planificación prevista en horas para las actividades presenciales y no presenciales aparece recogido en la siguiente tabla:

Temas	Total	Trabajo Presencial			Trabajo No Presencial	
	Horas totales	<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>	<i>Sesiones de Evaluación</i>	Total	<i>Trabajo autónomo</i>
Tema 1	16	3	3		6	10
Tema 2	24	4,5	4,5		9	15
Tema 3	19	4,5	4,5		9	13
Tema 4	24,5	4	5,5		9,5	15
Tema 5	22	3	1,5		4,5	13
Tema 6	15	3	3		6	9
Tema 7	15	3	3		6	9
Tema 8	10,5	3	3		6	6
Evaluación y otros	4			4	4	
Total	150	28	28	4	60	90
		18,67%	18,67%	2,67%	40,00%	60,00%

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se basa en dos elementos:

1. **Evaluación continua:** mediante la cual se valorará el esfuerzo y trabajo desarrollado por el estudiante a lo largo del curso a través de diferentes tipos de actividades individuales, valorando la participación activa del estudiante. El peso en la calificación final es del 40%.
2. **Examen final:** consistirá en una prueba de conjunto por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos, así como su capacidad para aplicarlos a casos prácticos. El peso de esta prueba en la calificación final es del 60%.

Las pruebas propuestas en evaluación continua están orientadas a evaluar el grado de desarrollo del aprendizaje a lo largo del período de docencia, por lo que se consideran no recuperables si el alumno no las realiza en dicho periodo^[1]. La nota de evaluación continua obtenida por el alumno se aplica tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria. No se establece nota mínima en ninguna de las partes para la superación de la nota final.

Evaluación	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Convocatoria Ordinaria	Evaluación continua + Examen final	40% Evaluación continua 60% Examen final
Convocatoria Extraordinaria	Evaluación continua + Examen final	40% Evaluación continua 60% Examen final
Evaluación diferenciada	Consultar condiciones y requisitos generales aprobadas por el Decanato. Examen final en el que la calificación correspondiente a evaluación continua será sustituida por preguntas adicionales. Total examen 100% calificación.	

Descripción de las actividades de evaluación continua:

La evaluación continua se basará en los siguientes elementos:

1. **Pruebas de seguimiento:** Se realizarán diversas pruebas, a lo largo del semestre de carácter teórico/práctico. En cada prueba se preguntará sobre aspectos teóricos y/o prácticos tratados en sesiones previas con objeto de evaluar el desarrollo del aprendizaje del alumno a lo largo de los temas. El total de puntos a obtener en las pruebas de seguimiento será de 2.5 puntos.
2. **Trabajo en grupo:** se propondrán trabajos sobre temas o materias relacionadas con los contenidos de la asignatura. Estos temas permitirán al alumno interactuar y discutir con otros estudiantes y así perfeccionar sus competencias y habilidades relacionadas con el trabajo en equipo, la búsqueda de información, el análisis y síntesis de contenidos, argumentación y capacidad de comunicación oral. El total de puntos a obtener en estos trabajos será de 1.5 puntos.

[1] Artículo 15 Reglamento Evaluación Universidad de Oviedo—Ausencia justificada del alumnado.

1. En aquellos casos en que un estudiante acredite documentalmente ante el decano o Director del centro que no ha podido asistir a la prueba en el día fijado por **haber sufrido un accidente**, haber estado **hospitalizado**, haberse producido el **nacimiento o la adopción de un hijo**, o haber **fallecido un familiar** dentro del segundo grado de consanguinidad o primero de afinidad, o cualquier otra circunstancia sobrevenida, se le programará una repetición de la prueba. El alumno **deberá acreditar la circunstancia sobrevenida** que le ha impedido realizar la prueba de evaluación en un **plazo máximo de cinco días tras el cese de dicha situación** y, en todo caso, antes de la finalización del curso académico vigente en ese momento.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía Básica:

CUERVO GARCÍA A.: Análisis y planificación financiera de la empresa. Civitas, 1994.

DAMODARAN A: "Applied corporate finance" Wiley and Sons, 2010.

DAMODARAN, A Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset. Wiley, 2012

DURBAN OLIVA, S., IRIMA DIÉGUEZ, A., OLIVER ALFONSO, M^a.D., PALACÍN SANCHEZ, M^a.J.. Planificación Financiera en la práctica empresarial. Pirámide, 2009.

GONZÁLEZ-PASCUAL, J. Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera., Pirámide, 2011

Nugus, S. Financial Planning using Excel - Forecasting, Planning and Budgeting Techniques. Elsevier CIMA Publishing, 2009

PINDADO, J. (Director): Finanzas Empresariales, Paraninfo, 2012.

RODRIGUEZ SANDIAS, A. y ITURRALDE JAINAGA, T. Modelización Financiera Aplicada. Modelos de Planificación Financiera en Excel. Delta Publicaciones, 2008

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, R.W.; JAFFE, J.F.: *Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw-Hill, 2012

Otras fuentes de información en Internet:

BolsasyMercados Españoles (BME)	http://www.bolsasymercados.es
Bolsa de Madrid	www.bolsamadrid.es
Comisión Nacional del Mercado de Valores	www.cnmv.es
INE	www.ine.es
Banco de España	www.bde.es
Securities Exchange Commission (SEC)	www.sec.gov

Información Regulada Autoridades Financieras (Europa)	http://www.esma.europa.eu/page/oams
Yahoo Finanzas	http://es.finance.yahoo.com/
Google Finanzas	http://www.google.com/finance
TRADING ECONOMICS	www.tradingeconomics.com
Eurostat	http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Auditoría	CÓDIGO	GADEMP01-4-021
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español
COORDINADOR/ES	EMAIL		
MARTINEZ ARIAS ANTONIO MANUEL	martinar@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
MARTINEZ ARIAS ANTONIO MANUEL	martinar@uniovi.es		

2. Contextualización

Auditoría es una asignatura optativa, encuadrada en el módulo de **Contabilidad** en la materia **Contabilidad Financiera**.

La Auditoría de Cuentas, o Auditoría Financiera, constituye una actividad plenamente arraigada en la realidad empresarial española tras la aprobación de la Ley 19/1988, de 12 de julio, de Auditoría de Cuentas, actualmente derogada por la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, desarrollada reglamentariamente por el Real Decreto 1517/2011, de 31 de octubre. Desde entonces, la Auditoría y el ejecutor de esta función, el Auditor de Cuentas, han pasado a tener un papel análogo al que venían desempeñando en otros países de nuestro entorno en los que la Auditoría de Cuentas posee una mayor tradición desde hace ya muchas décadas.

En la actualidad, la Auditoría de Cuentas se configura como la actividad que, mediante la utilización de determinadas técnicas de revisión, tiene por objeto la emisión de un informe acerca de la fiabilidad de los documentos contables auditados. Por tanto, la Auditoría de Cuentas es un servicio que se presta a la empresa revisada y que afecta e interesa no sólo a la propia empresa sino también a terceros que mantengan relaciones con la misma, habida cuenta que todos ellos, empresa y terceros, pueden conocer la calidad de la información económico-contable sobre la cual versa la opinión emitida por el Auditor de Cuentas.

Ahora bien, desgraciadamente, esta actividad sigue siendo una gran desconocida para la mayoría de la gente y, erróneamente, se la vincula en muchos casos a fraudes, errores, irregularidades, ..., en definitiva, a escándalos o turbios procesos económico-financieros, cuando ese no es el cometido principal que tiene en estos momentos tal como se ha expuesto previamente.

Por tanto, a nuestro entender, nos parece fundamental la **Auditoría de Cuentas** en la formación del **Economista** y al no figurar ésta entre las asignaturas obligatorias, los estudiantes del Grado de de Administración y Dirección de Empresas tienen la oportunidad de adquirir estos conocimientos a través de la asignatura **Auditoría**.

3. Requisitos

Para cursar con éxito la asignatura Auditoría no se establece ningún requisito previo ni es necesario haber superado anteriormente las asignaturas de Contabilidad.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias generales que se trabajan en la asignatura *Auditoría* son las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de comunicación oral y escrita en lengua nativa.
- Habilidad para buscar, analizar e interpretar información procedente de fuentes diversas.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Compromiso ético en el trabajo y motivación por la calidad.
- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.

Asimismo, las competencias específicas que se trabajan en esta asignatura son las que siguen:

- Emitir informes en relación a la situación de la empresa.
- Comprender los mecanismos del proceso de tratamiento de la información empresarial.
- Aplicar e interpretar la normativa contable.
- Analizar e interpretar los estados financieros de la empresa.
- Conocer el entorno económico de la actividad empresarial.
- Aplicar la normativa mercantil en la elaboración de los estados contables.

Por su parte, los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias anteriores, tanto generales como específicas, que se pretende que alcancen los estudiantes a través de su trabajo en el desarrollo de la asignatura son:

- Interpretar adecuadamente las cuentas anuales de las empresas.
- Interpretar la información contable para obtener conclusiones válidas sobre la evolución económica y financiera histórica y futura de la empresa, a partir de casos reales.
- Identificar y analizar el marco jurídico de la Auditoría de Cuentas.
- Aplicar las herramientas metodológicas de que dispone el Auditor de Cuentas para el desarrollo de sus trabajos de Auditoría.
- Elaborar e interpretar los distintos tipos de Informes de Auditoría.
- Evaluar la adecuación de las medidas de control interno establecidas por la entidad auditada en cada área.
- Descubrir las posibles incidencias presentes en las cuentas anuales de la entidad auditada y saber proponer las medidas de corrección oportunas.

5. Contenidos

Seguidamente se presenta el programa abreviado de la asignatura *Auditoría*:

Programa abreviado	
PRIMERA PARTE: LA AUDITORÍA DE CUENTAS	
TEMA 1	INTRODUCCIÓN A LA AUDITORÍA DE CUENTAS
TEMA 2	REGULACION DE LA AUDITORÍA DE CUENTAS EN ESPAÑA
TEMA 3	NORMAS GENERALES O PERSONALES PARA LOS AUDITORES DE CUENTAS
SEGUNDA PARTE: LOS INFORMES DE AUDITORÍA	
TEMA 4	EL INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS (I)
TEMA 5	EL INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS (II)
TEMA 6	OTROS ASPECTOS RELACIONADOS CON LOS INFORMES DE AUDITORÍA E INF ESPECIALES Y COMPLEMENTARIOS

TERCERA PARTE: DESARROLLO DEL TRABAJO DE AUDITORÍA DE CUENTAS	
TEMA 7	LA PLANIFICACIÓN DEL TRABAJO Y LA OBTENCIÓN DE EVIDENCIA
TEMA 8	EL CONTROL INTERNO Y LA AUDITORÍA DE CUENTAS
TEMA 9	LA DOCUMENTACIÓN Y SUPERVISIÓN DEL TRABAJO DE AUDITORÍA DE CUENTAS

A continuación se recoge el programa desarrollado de la asignatura, junto con los objetivos particulares para cada tema.

Programa desarrollado y objetivos por temas

PRIMERA PARTE: LA AUDITORÍA DE CUENTAS

TEMA 1: INTRODUCCIÓN A LA AUDITORÍA DE CUENTAS

1. Información financiera y Auditoría
2. Concepto y clasificación de la auditoría
3. Elementos definitorios de la Auditoría de Cuentas
4. Evolución de la Auditoría de Cuentas
5. Otras clases de Auditoría

Objetivo General del Tema:

Con este tema se pretende introducir al alumno en la Auditoría de Cuentas, constituyendo el primer contacto que tiene con esta materia en el Grado.

Objetivos Específicos de Aprendizaje:

- Entender la relación entre Contabilidad y Auditoría de Cuentas.
- Comprender los conceptos fundamentales de la Auditoría de Cuentas.
- Conocer la evolución de la Auditoría tanto desde una perspectiva internacional como nacional.
- Estar al corriente de otras actividades afines, también denominadas Auditoría.

TEMA 2: REGULACION DE LA AUDITORÍA DE CUENTAS EN ESPAÑA

1. Marco legal de la Auditoría de Cuentas.
2. El Auditor de Cuentas
3. Auditoría de Cuentas
4. Organización de la profesión auditora
5. El Comité de Auditoría
6. Situación de la Auditoría de Cuentas en España

Objetivo General del Tema:

A través de este tema se pretende presentar el marco jurídico de la Auditoría de Cuentas, acompañado de una breve descripción del contexto profesional en que se desarrolla la actividad de Auditoría.

Objetivos Específicos de Aprendizaje:

- Conocer el entramado legal por el que se rige la Auditoría de Cuentas en España.
- Tener conocimiento de las cuestiones legales en torno al Auditor de Cuentas, tanto para la habilitación como para el ejercicio posterior de la actividad.
- Averiguar las entidades que están obligadas a auditarse, así como mostrar la forma en que se lleva a cabo el nombramiento de los Auditores.
- Estar al tanto de la organización de la actividad de Auditoría de Cuentas en torno a las Instituciones públicas y privadas que aglutinan a la profesión.
- Estar al corriente de otros aspectos de interés tales como la implantación de Comités de Auditoría o la evolución que ha experimentado la Auditoría de Cuentas en España a lo largo de los últimos años.

TEMA 3: NORMAS GENERALES O PERSONALES PARA LOS AUDITORES DE CUENTAS

1. Formación técnica y capacidad profesional.
2. Independencia, integridad y objetividad.
3. Diligencia profesional.
4. Responsabilidad.
5. Secreto profesional.
6. Honorarios y comisiones.
7. Publicidad.
8. Relación entre Auditores de Cuentas.

Objetivo General del Tema:

La finalidad del tema es abordar las Normas generales o personales que ha de observar un Auditor de Cuentas.

Objetivos Específicos de Aprendizaje:

- Adquirir los conocimientos básicos de las Normas personales o generales.
- Entender la formación técnica y la capacidad profesional.
- Conocer las incompatibilidades.
- Valorar la diligencia profesional.
- Comprender las responsabilidades en que pueden incurrir los Auditores de Cuentas, así como las infracciones y sus correspondientes sanciones.
- Estar al tanto de otras normas personales relacionadas con el secreto profesional, los honorarios y comisiones o la publicidad.
- Estar al corriente de ciertas Normas Técnicas de Auditoría que tienen especial incidencia en las Normas personales o generales.

SEGUNDA PARTE: LOS INFORMES DE AUDITORÍA

TEMA 4: EL INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS (I)

1. Visión general del trabajo de Auditoría de Cuentas.
2. Normas para la preparación de Informes.
3. Elementos del Informe de Auditoría.
 - 3.1. Elementos básicos.
 - 3.2. Otros elementos.

TEMA 5: EL INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS (II)

1. Tipos de opinión.
2. Circunstancias con posible efecto en la opinión del Auditor de Cuentas.
3. Publicidad del Informe.
4. Cuentas Anuales consolidadas.
5. Modelos de Informes de Auditoría.
6. Los Informes de Auditoría de Cuentas en la práctica empresarial.

Objetivos Generales de los Temas 4 y 5:

La finalidad de estos temas es explicar la parte que tiene más relevancia del trabajo de Auditoría, siendo además la que está al alcance de cualquier usuario de la información contable, motivo por el cual tiene una mayor trascendencia.

Objetivos Específicos de Aprendizaje:

- Conocer la normativa.
- Distinguir los diferentes elementos que configuran el Informe.
- Entender los distintos tipos de opinión.
- Abordar las circunstancias que pueden ser objeto de salvedades.
- Elaborar Informes de acuerdo con su diferente tipología.
- Analizar e interpretar Informes.
- Tener conocimiento de otros aspectos relacionados con el Informe de Auditoría.

TEMA 6: OTROS ASPECTOS RELACIONADOS CON LOS INFORMES DE AUDITORÍA E INFORMES ESPECIALES Y COMPLEMENTARIOS

1. Hechos posteriores al cierre.
2. Información comparativa.
3. Manifestaciones escritas de la dirección.
4. Informes Especiales y Complementarios.

Objetivo General del Tema:

La intención de este tema es presentar otros aspectos significativos relacionados con los Informes de Auditoría. Igualmente, el propósito es conocer otros Informes que la actual regulación atribuye a los Auditores de Cuentas.

Objetivos Específicos de Aprendizaje:

- Valorar los hechos posteriores.
- Comprender la posición del auditor ante la información comparativa.
- Saber elaborar e interpretar las manifestaciones de la dirección.
- Conocer los Informes especiales requeridos por la normativa mercantil.
- Entender los Informes complementarios.

TERCERA PARTE: DESARROLLO DEL TRABAJO DE AUDITORÍA DE CUENTAS

TEMA 7: LA PLANIFICACIÓN DEL TRABAJO Y LA OBTENCIÓN DE EVIDENCIA

1. Contacto con el cliente, estudio preliminar y contrato o carta de encargo.
2. Planificación del trabajo.
3. Programa de Auditoría.
4. Procedimientos y técnicas de Auditoría.

Objetivo General del Tema:

Con este tema se pretende ofrecer una síntesis de todo el trabajo de una Auditoría de Cuentas, es decir, desde su inicio con el contacto con el cliente y firma del contrato, pasando por la planificación, siguiendo con el programa y finalizando con los procedimientos y técnicas de Auditoría, mediante los cuales el Auditor obtiene la evidencia suficiente y adecuada al objeto de obtener una base de juicio razonable sobre los datos contenidos en las Cuentas Anuales y poder expresar una opinión sobre las mismas.

Objetivos Específicos de Aprendizaje:

- Comprender las relaciones con el cliente de Auditoría.
- Entender la planificación del trabajo de Auditoría de Cuentas.
- Conocer el programa de Auditoría.
- Distinguir los procedimientos de Auditoría.
- Conocer y saber aplicar las técnicas de Auditoría.

TEMA 8: EL CONTROL INTERNO Y LA AUDITORÍA DE CUENTAS

1. El sistema de control interno.
2. Conocimiento del sistema de control interno por el auditor.
3. Estudio y evaluación del sistema de control interno.
4. Norma Técnica de Auditoría sobre la obligación de comunicar las debilidades significativas de control interno.

Objetivo General del Tema:

Este tema pretende poner de manifiesto, por una parte, la trascendencia que tiene el control interno en cualquier organización y, por otra, la relación que guarda con la Auditoría de Cuentas.

Objetivos Específicos de Aprendizaje:

- Entender el control interno.
- Conocer lo que son controles contables y administrativos.
- Estudiar y evaluar el sistema de control interno.
- Interpretar y valorar el Informe sobre debilidades significativas de control interno.

TEMA 9: LA DOCUMENTACIÓN Y SUPERVISIÓN DEL TRABAJO DE AUDITORÍA DE CUENTAS

1. Los papeles y hojas de trabajo.
2. Tipología de los papeles de trabajo. Estructura y contenidos.
3. Organización de la documentación del trabajo.
4. Propiedad y custodia de los papeles de trabajo.
5. Supervisión de los trabajos de Auditoría.

Objetivo General del Tema:

El propósito de este tema es abordar los papeles de trabajo, esto es, el conjunto de documentos preparados o recibidos por el Auditor.

Objetivos Específicos de Aprendizaje:

- Conocer los documentos que elabora el Auditor.
- Comprender su importancia.
- Distinguir los diferentes tipos de papeles.
- Saber elaborar y organizar los papeles.
- Abordar la custodia y conservación.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de enseñanza-aprendizaje utilizada en la asignatura *Auditoría* se basa en la combinación de actividades presenciales y no presenciales, incentivando en todo caso la participación activa del alumno, mediante la introducción de elementos de diálogo y argumentación a lo largo de las clases, con la intención de evaluar su comprensión y seguimiento respecto a los temas explicados.

Tradicionalmente, la teoría y la práctica están estrechamente vinculadas en las materias de Contabilidad y Auditoría, de tal manera que no se conciben sin esta relación que, en general, se decanta hacia las cuestiones prácticas. Sin embargo, dado el contenido temático de la asignatura, *Auditoría* se aparta en cierta medida de esta línea de actuación seguida dentro del Departamento de Contabilidad, teniendo en este caso una mayor primacía los aspectos teóricos frente a los prácticos, centrándose estos fundamentalmente en los Informes de Auditoría.

Los materiales básicos que se emplean en el desarrollo de la asignatura *Auditoría* son, por una parte, la Ley de Auditoría de Cuentas, el Reglamento y las Normas Técnicas de Auditoría, y, por otra, los cuestionarios propuestos para su resolución. Por lo que respecta a la normativa, se pone al alcance de los alumnos un amplio resumen de su contenido con la idea de facilitar su estudio. Como materiales de apoyo a la docencia, los estudiantes tienen a su disposición otras referencias bibliográficas complementarias, así como de páginas web de organismos nacionales e internacionales de las que pueden obtener información relevante y actualizada. Estos materiales están disponibles para los alumnos a través del Campus Virtual desde donde pueden acceder a los siguientes:

- Guía docente.
- Diapositivas que contienen esquemas-resúmenes de la asignatura.
- Cuestionarios.
- Otro material de utilidad para el estudio de la asignatura.

Se detalla a continuación la metodología de trabajo propuesta en esta asignatura, la cual aparece clasificada en las siguientes actividades:

Actividades presenciales: 60 horas

- *Clases expositivas* en las que se dará una visión general de la parte teórica de cada tema. En el desarrollo de estas clases se utilizarán como apoyo presentaciones que, con antelación, los estudiantes tendrán a su disposición en el Campus Virtual, de modo que pueden preparar cada tema antes de que sea explicado en el aula.
- *Prácticas de aula* en las que los estudiantes resolverán cuestiones con el objetivo de aplicar los conceptos introducidos en las clases teóricas, afianzando su comprensión. Dispondrán de los cuestionarios con antelación al desarrollo de las clases.
- Sesión de evaluación. Prueba escrita teórica y práctica empleada en la evaluación del progreso del estudiante.

Actividades no presenciales: 90 horas

- *Trabajo autónomo del estudiante*. Consistente en:
 - la lectura previa de los contenidos que se explicarán en las clases expositivas y el estudio a posteriori de los mismos;
 - la lectura antes de la clase práctica de los cuestionarios, el estudio a posteriori de los mismos, así como de otros temas que plantee el profesor para realizar fuera del aula;
 - la preparación, en su caso, de los trabajos prácticos o actividades para discutir o entregar en las clases; y,
 - la preparación del examen final.

Seguidamente se resumen las horas de cada actividad:

AUDITORÍA	Actividad	Horas	Horas (%)
Actividades presenciales	Clases expositivas	28	60 (40,00%)
	Prácticas de aula	28	
	Evaluación	4	
Actividades presenciales no	Trabajo autónomo	90	90 (60,00%)
TOTAL		150	150 (100%)

Meramente con carácter orientativo se presenta a continuación una tabla resumen con las horas de las distintas actividades distribuidas por temas:

		TRABAJO PRESENCIAL				TRABAJO PRESENCIAL	
temas	Horas totales	Clase expositiva	Prácticas de aula	Evaluación	Total	Trabajo autónomo	Tc
VA 1	7	1,5	0,5		2	5	5
VA 2	24	7	2		9	15	15
VA 3	20	5	2		7	13	13
VA 4	17,5	2	4,5		6,5	11	11
VA 5	37	5	12		17	20	20
VA 6	11	2	2		4	7	7
VA 7	8,5	1,5	2		3,5	5	5

TEMA 8	16	3	2		5	11	11
TEMA 9	5	1	1		2	3	3
Evaluación	4				4		
Total horas	150	28	28	4	60	90	90
(%)	100	18,67	18,67	2,66	40,00	60,00	60,00

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Para valorar los resultados del aprendizaje se utilizará:

1. Evaluación continua. A través de ella se analizan las diferentes etapas por las que atraviesa el aprendizaje del alumno pudiendo obtenerse para las mismas resultados parciales. Este tipo de evaluación se articulará mediante la participación activa del alumno en actividades presenciales, la realización de pruebas objetivas de seguimiento sobre cuestiones teóricas y prácticas, la resolución de casos o la elaboración y valoración de Informes de Auditoría. Con la evaluación continua se pretende valorar el nivel de conocimientos y resultados de aprendizaje adquiridos por el alumno en cada momento del tiempo. La evaluación continua no es recuperable dado que el contenido de esta asignatura es acumulativo, siendo necesario demostrar a lo largo de todo el semestre que se va comprendiendo y asimilando la materia y que se van alcanzando determinados objetivos y resultados de aprendizaje.

2. Examen final. Se trata de la valoración global realizada al final del proceso de aprendizaje, donde se cuantifica y evalúa dicho proceso mediante una calificación. Su finalidad básica será la de medir el nivel del alumno al término de la asignatura.

Sistema de calificaciones

La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40 %. **Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias**, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

Tabla resumen 1

Convocatorias	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinaria y extraordinarias	Evaluación continua	Evaluación continua: 40%
	+ Examen final	Examen final: 60%

La calificación total de la evaluación continua (4 puntos sobre 10) se podrá obtener del modo siguiente:

- En el desarrollo de las clases expositivas y de las clases prácticas se realizarán, distribuidas a lo largo del semestre, varias pruebas objetivas diversas, que tienen su sentido en momentos específicos del tiempo, mediante las cuales el estudiante podrá obtener un máximo de 3,6 puntos. Con ellas el alumno habrá de demostrar las competencias adquiridas en ese momento

determinado del tiempo, por lo que no se consideran recuperables.

Asimismo, se valorará, con una puntuación máxima de 0,4 puntos, la actitud y participación activa del alumno en las clases.

Tabla resumen 2

Evaluación del aprendizaje	Actividades y pruebas	Calificación máxima (sobre 10)
Evaluación continua	En las clases expositivas y en las prácticas de aula:	
	<ul style="list-style-type: none">• Pruebas objetivas diversas realizadas a lo largo del semestre• Actitud y participación activa en clase	3,6 0,4
Examen final	Prueba escrita con cuestiones teóricas y ejercicios prácticos.	6

La asignatura se considerará aprobada cuando la calificación final obtenida sea igual o superior a cinco puntos (sobre 10).

Sistema de evaluación de los estudiantes a tiempo parcial

No obstante lo anterior, los estudiantes que sigan el régimen de dedicación a tiempo parcial, conforme al artículo 7 del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado, debidamente acreditados, podrán someterse a una prueba de evaluación única, que coincidirá en fecha con el examen final al que se ha hecho referencia anteriormente para el resto de los alumnos. La calificación máxima de la citada prueba será de 10 puntos, y se considerará superada la asignatura con un mínimo de 5 puntos en dicha prueba final y única.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LEGISLACIÓN:

- Real Decreto 1784/1996, de 19 de junio, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil.
- Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero (Ley Financiera), que modifica la Ley 19/1988.
- Real Decreto 1156/2005, de 30 de septiembre, por el que se modifica el Real Decreto 1636/1990, de 20 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento que desarrolla la Ley 19/1988.
- Ley 16/2007, de 4 de julio, de reforma y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para su armonización internacional con base en la normativa de la Unión Europea.
- Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital (TRLSC).
- Real Decreto 1517/2011, de 31 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento que desarrolla el texto refundido de la Ley de Auditoría de Cuentas, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2011, de 1 de julio.(RLAC).
- Reglamento (UE) N° 537/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de abril de 2014 sobre los requisitos específicos para la auditoría legal de las entidades de interés público y por el que se deroga la Decisión 2005/909/CEE de la Comisión.
- Directiva 2014/56/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de abril de 2014 por la que se modifica la Directiva 2006/43/CE relativa a la auditoría de las cuentas anuales y de las cuentas consolidadas.

- Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas

NORMAS TÉCNICAS DE AUDITORÍA

[Consultar la página web del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC): www.icac.meh.es]

- NORMAS TÉCNICAS DE CARÁCTER GENERAL
- NORMAS TÉCNICAS PARA TRABAJOS ESPECÍFICOS

BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO RIQUELME, M^a y SÁNCHEZ FERNÁNDEZ- DE VALDERRAMA, J.L. (2014): "Teoría y práctica de la Auditoría (I) y (II)", Pirámide, Madrid.
- ARENAS TORRES, P. y MORENO AGUAYO, A. (2011): "Introducción a la Auditoría Financiera", McGraw-Hill. Madrid.
- GUTIÉRREZ VIVAS, G. (2012): "Informes de auditoría de cuentas anuales. Problemática e sus preparación según Normas Técnicas de Auditoría sobre Informes". Edita el propio autor.
- INSTITUTO DE CENSORES JURADOS DE CUENTAS DE ESPAÑA (ICJCE): Auditoría, ICJCE, Madrid.
- INSTITUTO DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE CUENTAS (ICAC) (Varios años): "Situación de la Auditoría en España", Boletín Oficial del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (BOICAC), varios números.
- ICAC (2015): "Normativa sobre Auditoría de Cuentas". ICAC. Madrid.
- GUTIERREZ VIVAS, G. (2015): "El informe de auditoría de cuentas según Normas Internacionales de Auditoría adoptadas en España", Autor-Editor.
- INTERNATIONAL FEDERATION OF ACCOUNTANTS (IFAC) (2012): "Manual de Normas Internacionales de Auditoría y Control de Calidad". Editado por la Corporaciones profesionales de Auditores españoles (ICJCE, REA y REGA). Madrid
- INTERNATIONAL FEDERATION OF ACCOUNTANTS (IFAC): "2016 Handbook of the Code of Ethics for Professional Accountants".
- INTERNATIONAL FEDERATION OF ACCOUNTANTS (IFAC): "2016 Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements.
- LARRIBA DÍAZ-ZORITA, A. (2015): "Auditoría de cuentas anuales (1) y (2)". Centro de Estudios Financieros (CEF). Madrid.
- ORTA PÉREZ, M; CASTRILLO LARA, L.; SÁNCHEZ-MEJÍA HERRERO, I. y SIERRA MOLINA, G. (2012): "Fundamentos de Auditoría Financiera". Pirámide. Madrid
- POLO GARRIDO, F. (Coordinador) (2012): "Fundamentos de Auditoría de Cuentas Anuales". Pirámide. Madrid.
- REGISTRO DE ECONOMISTAS AUDITORES (REA): "Manual de Auditoría". Tomos I y II. REA, Madrid.
- REGISTRO DE ECONOMISTAS AUDITORES (REA): "Papeles de trabajo", REA, Madrid.
- REGISTRO DE ECONOMISTAS AUDITORES (REA): "Manual práctico de control interno", REA, Madrid.
- SEGOVIA SAN JUAN, A.I.; HERRADOR ALCALDE, T.C. y SAN SEGUNDO ONTÍN, A, (2011): "Teoría de la Auditoría financiera". Ediciones Académicas. Madrid.
- VARIOS (2017): "Memento de Auditoría de Cuentas 2017-2018". Francis Lefebvre. Madrid.

El alumno dispone de material de estudio complementario, desarrollado por los profesores de la asignatura, que pueden seguir en la plataforma de enseñanza virtual de la Universidad de Oviedo: <https://www.innova.uniovi.es/servicios/campusvirtual>

En materia de Auditoría de Cuentas el alumno puede consultar la información recogida por los siguientes organismos en sus páginas web:

ORGANISMO	
Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC)	www.icac.meh.es
Registro de Economistas Auditores (REA) + Registro General de Auditores (REGA)	www.rea-rega.economistas.es
Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE)	www.icjce.es
Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)	www.cnmv.es
International Federation of Accountants (IFAC)	www.ifac.org



1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Innovación y Dirección de la Tecnología		CÓDIGO	GADEMP01-4-022
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES	EMAIL			
Fernández Sánchez Esteban		esfernan@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL			
Fernández Sánchez Esteban		esfernan@uniovi.es		

2. Contextualización

Innovación y dirección de la tecnología es una asignatura optativa que forma parte de la Materia 3 "Producción" del Módulo 1 "Organización y Dirección" del Grado en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.

El objetivo de la asignatura es poner en valor la innovación como fuente de una ventaja competitiva sostenible que refuerce la competitividad de la empresa. Para ello, se analiza el proceso innovador, la difusión de la tecnología, la propiedad industrial, la estrategia tecnológica, el diseño organizativo que favorece la innovación y, finalmente, los diferentes elementos contextuales (alianzas estratégicas, redes empresariales, relaciones universidad-empresa y parques tecnológicos) que potencian la innovación.

3. Requisitos

No se establece ningún requisito previo para cursar la asignatura.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias que se pueden adquirir con esta asignatura se enmarcan en la memoria de verificación del título. En concreto, la asignatura permitirá adquirir las siguientes competencias genéricas:

- CG1: Capacidad de análisis y síntesis.
- CG2: Capacidad de aprendizaje.
- CG5: Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- CG7: Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- CG8: Capacidad para trabajar en equipo.
- CG11: Capacidad para tomar decisiones.
- CG12: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- CG13: Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- CG20: Contar con valores y comportamientos éticos

Asimismo, las competencias específicas que proporcionará la asignatura serán:

- CE10: Realizar la planificación tecnológica de la empresa
- CE20: Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.

- CE21: Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones tecnológicas concretas de empresas y mercados

Respecto a los resultados de aprendizaje, cabe señalar específicamente, pero no exclusivamente, los siguientes:

RA1.12: Formular la estrategia de innovación teniendo en cuenta su inserción en el proceso de planificación estratégica de la empresa.

RA1.13: Conocer las principales decisiones relacionadas con la función de innovación de la empresa.

RA1.14: Comprender el proceso de innovación tecnológica, los sistemas de protección del conocimiento tecnológico, así como el diseño organizativo que favorece el desarrollo tecnológico y la innovación.

5. Contenidos

TEMA 1: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- 1.1.- Ciencia
- 1.2.- Tecnología
- 1.3.- Invento e innovación
- 1.4.- Tipos de innovaciones

TEMA 2: DIFUSIÓN DE LA TECNOLOGÍA

- 2.1.- Proceso de innovación tecnológica
- 2.2.- Difusión de la tecnología
- 2.3.- Interacción producto/proceso
- 2.4.- Tecnología discontinua
- 2.5.- Tecnología disruptiva

TEMA 3: PROTECCIÓN DEL CONOCIMIENTO TECNOLÓGICO

- 3.1.- Imitación de la tecnología
- 3.2.- Apropiación de los beneficios de la tecnología
- 3.3.- Derechos de propiedad industrial
- 3.4.- Patente *versus* secreto industrial
- 3.5.- Fuga de capital humano

TEMA 4: ESTRATEGIA TECNOLÓGICA

- 4.1.- Marco conceptual
- 4.2.- Enfoque jerárquico de la estrategia tecnológica
- 4.3.- Enfoque basado en los recursos: Potencial tecnológico
- 4.4.- Mercados con externalidades de red

TEMA 5: DISEÑO ORGANIZATIVO

- 5.1.- Empresario y pequeña empresa innovadora (*start-up*)
- 5.2.- Departamento de I+D
- 5.3.- Formas organizativas para el desarrollo tecnológico
- 5.4.- Creatividad en la organización

TEMA 6: CONTEXTO TECNOLÓGICO

- 6.1.- Adquisición de tecnología
- 6.2.- Alianzas estratégicas
- 6.3.- Triple hélice
- 6.4.- *Clusters* y parques tecnológicos

6. Metodología y plan de trabajo

1. Actividades presenciales: 60 horas (40%)

- Clases expositivas, que se utilizarán para el desarrollo y explicación de los contenidos teóricos de la asignatura.
- Prácticas de aula, cuyo contenido en su mayor parte consistirá en analizar casos reales para situar al alumno en circunstancias prácticas relacionadas con la actividad innovadora. También se harán presentaciones y debates sobre la realidad tecnológica española.

2. Actividades no presenciales: 90 horas (60%)

- Trabajo autónomo del estudiante: análisis y estudio de los contenidos impartidos en las clases expositivas.
- Trabajo en equipo: búsqueda de información y desarrollo del contenido de cada actividad propuesta para realizar colectivamente.

<i>Temas</i>	<i>Horas totales</i>	<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula</i>			<i>Total</i>	<i>Trabajo autónomo</i>	<i>Total</i>
Tema 1 Innovación tecnológica	30	6	6			12	18	18
Tema 2 Difusión de la tecnología	22	5	5			10	12	12
Tema 3 protección del conocimiento tecnológico	25	5	5			10	15	15
Tema 4 Estrategia tecnológica	30	6	6			12	18	18
Tema 5 Diseño Organizativo	20	4	4			8	12	12
Tema 6 Contexto tecnológico	19	2	2			4	15	15
Examen	4					4		
Total	150	28	28			60	90	90

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,7	60 (40%)
	Práctica de aula	28	18,7	
	Examen	4	2,6	

No presencial				90 (60%)
	Trabajo Individual	90	60	
	Total	150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

De una parte, la **evaluación continua**, que tiene un peso del **40% de la calificación final** (4 puntos globales) y se corresponde con a) la parte práctica de la asignatura que analiza la realidad empresarial, y b) un trabajo realizado en grupo. Se evaluará la asistencia a las actividades previstas, así como la realización de los casos prácticos en forma individual y los trabajos planteados de forma colectiva. Las **clases prácticas** tendrán una puntuación de **3 puntos** globales y el **trabajo en grupo** tendrá una puntuación de **1 punto** global.

De otra parte, el bloque de **conocimientos teóricos**, que representa un **60% de la calificación final** (6 puntos globales), se realiza de forma individualizada mediante un examen teórico de la asignatura.

Para aprobar la asignatura es imprescindible obtener **5 puntos** en el cómputo de la parte teórica y de la evaluación continua, debiendo alcanzarse un mínimo del 40% de la puntuación del examen teórico (**2,4 puntos globales de los 6 posibles**). Si se alcanzan o sobrepasan los 5 puntos globales pero no se obtiene una puntuación mínima de 2,4 en el examen teórico, la nota final será de 4,8 puntos.

La puntuación ponderada obtenida por el estudiante en la evaluación continua se tendrá en cuenta en todas las convocatorias del curso académico.

La **Evaluación Diferenciada** consiste en añadir a las preguntas del Examen Presencial una pregunta adicional, que permita evaluar las competencias adquiridas por los alumnos a tiempo parcial, semipresencial o no presencial. El examen puntuará sobre 10 puntos y el estudiante deberá obtener al menos 5 puntos.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E. (2005): *Estrategia de Innovación*, Thomson, Madrid

Los casos prácticos se entregarán a través del campus virtual durante el desarrollo del curso

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Creación y Dirección de Pymes	CÓDIGO	GADEMP01-4-023
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés
COORDINADOR/ES	EMAIL		
PEREZ-BUSTAMANTE ILANDER GUILLERMO OLAVI	gperez@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
PEREZ-BUSTAMANTE ILANDER GUILLERMO OLAVI	gperez@uniovi.es	(English Group)	

2. Contextualización

~~Es una asignatura optativa del Grado en Administración y Dirección de Empresas compartida con el Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos.

La asignatura CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE PYMES forma parte de la Materia 2 "Dirección General" del Módulo 1 "Organización y Dirección" del Grado en Administración y Dirección de Empresas.

Esta asignatura pretende dotar de las herramientas necesarias para crear una empresa y elaborar un plan de negocios a aquellos alumnos con iniciativa empresarial. Pretende, pues, que los alumnos vean las peculiaridades de las pequeñas empresas, aprendan a ver las oportunidades de negocio, cómo se pone en marcha una empresa y cómo se formula y desarrolla un plan de negocio.

En concreto, la asignatura tiene dos objetivos o dimensiones:

a) analizar y conocer mejor la realidad del empresario, en general, y en España, en particular, a través del estudio de la mentalidad y rasgos de personalidad, motivaciones y características socio-demográficas del emprendedor;

b) conocer los instrumentos que permiten la elaboración de un modelo de negocio y de un plan de empresa, aplicado a una idea empresarial novedosa. Se espera que el alumnado sea capaz de tomar decisiones sobre las áreas de recursos humanos, estrategia, organización, marketing, contabilidad y finanzas de empresas, así como detectar oportunidades de negocio.

3. Requisitos

~~No existen requisitos previos para cursar la asignatura, si bien para un mejor seguimiento de la misma se recomienda tener conocimientos de estrategia, estructura organizativa, dirección comercial, investigación comercial, recursos humanos, inversión y financiación, sistema fiscal español y dirección de la producción para poder realizar toma de decisiones en el marco de desarrollo de un proyecto concreto. Los alumnos del grado en RRHH y Relaciones Laborales se integrarán en equipos con alumnos del grado en ADE.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias que se pueden adquirir con esta asignatura se enmarcan en la memoria de verificación del título. En concreto, la asignatura permitirá adquirir las siguientes **competencias genéricas**:

- CG5: Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- CG7: Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- CG8: Capacidad para trabajar en equipo.
- CG11: Capacidad para tomar decisiones.
- CG12: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- CG13: Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- CG14: Iniciativa y espíritu emprendedor.
- CG16: Capacidad de organizar y planificar.

Asimismo, las **competencias específicas** que proporcionará la asignatura serán:

- CE5: Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales.
- CE19: Diseñar y desarrollar proyectos empresariales.
- CE20: Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.

Respecto a los **resultados de aprendizaje**, cabe señalar específicamente, pero no exclusivamente, los siguientes:

- RA1.1: Comprender la naturaleza de la empresa, su funcionamiento interno y su estructura organizativa.
- RA1.5: Identificar las oportunidades y amenazas derivadas del entorno, tanto nacional como internacional, en el que se desenvuelven las empresas.
- RA1.6: Valorar las alternativas estratégicas que una empresa puede seguir y seleccionar la más adecuada para cada negocio, tanto en el ámbito local como internacional.
- RA1.9: Formular y desarrollar proyectos empresariales.

5. Contenidos

~~

En consonancia con el doble objetivo expuesto, el contenido tiene una doble dimensión:

1. Motivación y educación emprendedora: conocimiento del empresario, sus rasgos de personalidad, motivaciones y características socio-demográficas; habilidades necesarias para ser empresario; ventajas e inconvenientes de la carrera empresarial; tipos de empresas; técnicas de creatividad; así como conocimiento de las ayudas para el desarrollo de una empresa.

2. Técnicas de emprendimiento: entendimiento del proceso de creación de una empresa y del proceso de elaboración y presentación de un modelo de negocio y plan de empresa a partir de una idea innovadora.

1. HABILIDADES DIRECTIVAS Y EMPRENDEDORAS:
a) creatividad e innovación, b) liderazgo, motivación y trabajo en equipo, c) comunicación oral, escrita y asertiva, d) negociación, e) gestión del tiempo y planificación f) análisis de problemas y toma de decisiones

2. DESARROLLO

CONCEPTUAL

Elaboración del modelo de negocio para una idea emprendedora mediante su concreción en el lienzo de negocio u otro modelo representativo, lean start up técnicas efectuales

3. DESARROLLO DEL PLAN DE EMPRESA

Análisis PEST y DAFO, análisis estratégico, Plan jurídico y fiscal, Plan económico financiero, plan de operaciones, plan de recursos humanos, plan de márketing y comunicación. La asignatura exige trabajar en equipos de no más de cinco, personas sobre una propuesta de idea de negocio. Es obligatoria la asistencia a clase, ya que las clases prácticas se dedicarán a la toma de decisiones conjunta y al desarrollo del plan de empresa. Por ello, no se permitirá la incorporación a la asignatura de ningún alumno, pasadas las dos primeras semanas de clase.

BLOQUE DE EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

TEMA 1. El empresario. Estadísticas españolas, rasgos característicos y sociodemográficos. Tipos de empresas

TEMA 2. Generación de ideas de negocio. Técnicas de creatividad

TEMA 3. Evaluación, selección y protección de ideas de negocio.

TEMA 4. Habilidades emprendedoras: liderazgo, motivación y trabajo en equipo, comunicación oral, escrita y asertiva, negociación, gestión del tiempo y planificación; análisis de problemas y toma de decisiones

BLOQUE CONCEPTUAL

TEMA 5. El Modelo de negocio: Aplicación Lean strat up, effectuation.

TEMA 6. El plan de negocio. Concepto, estructura y Contenido.

BLOQUE OPERATIVO

TEMA 7. Análisis estratégico de la nueva empresa. Diagnóstico DAFO y PEST

TEMA 8. Plan de Marketing: producto, precio, distribución y comunicación.

TEMA 9. Plan de Operaciones: definición de actividades, ubicación, equipamiento.

TEMA 10. Plan de Recursos Humanos y organización interna.

TEMA 11. Plan Económico-Financiero. Sistema Legal

6. Metodología y plan de trabajo

~1. Actividades presenciales: 60 horas (40%)

♣ Clases expositivas que se utilizarán para el desarrollo y explicación de los contenidos teóricos de la asignatura.

♣ Prácticas de aula, durante las cuales se resolverán casos prácticos y/o se realizará el visionado de películas para un mejor entendimiento por parte del alumno de la figura del emprendedor/empresario y del proceso de creación y dirección de una empresa. Asimismo, se realizará una revisión del proceso de recogida de información necesaria para la elaboración del plan de negocio, análisis y discusión de la misma.

♣ Otras actividades: Podrían desarrollarse conferencias impartidos fuera del horario lectivo previsto para la asignatura o visitas a centros de empresas.

2. Actividades no presenciales: 90 horas (60%)

♣ Trabajo autónomo del estudiante: análisis e implementación de los contenidos impartidos en las clases expositivas para la elaboración de los trabajos solicitados y del plan de negocio.

♣ Trabajo en equipo: búsqueda de información y desarrollo del contenido de la actividad propuesta para

realizar en equipo un plan de negocio y preparar su exposición oral así como prácticas de técnicas emprendedoras.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

~La valoración del aprendizaje de los estudiantes en la asignatura se realizará mediante un sistema combinado de evaluación continua, evaluación del rendimiento del grupo y de entrega de trabajo final. La calificación será distribuida entre esfuerzos individuales y las actividades del grupo distribuidos de la siguiente manera:

Evaluación individual (50% del Total)

1. Participación y compromiso en el aprendizaje de la clase (15%)
Calidad de la participación en el aula, que se refleja en su visión y aporte a la discusión en clase de casos y conceptos. El alumno debe ser capaz de apoyar sus puntos de vista con argumentos estructurados y entablar un debate coherente. Se valorará :
La entrega en plazo de los trabajos de clase
Las aportaciones a los debates y si se aporta una perspectiva única, o simplemente reformulación de los comentarios de otro participante

2. Entrevista con un empresario o empresaria (5% de la puntuación)

El alumno tiene que entrevistar a un empresario para desarrollar esta tarea. Lógicamente, la mejor manera que puedes hacer esta tarea es encontrar un empresario que es relevante para sus intereses particulares o la oportunidad que está evaluando. El objeto es entender la experiencia emprendedora de este empresario y hacer una crítica independiente (3 a 5 páginas) de su persona y negocio. Debe incluir una descripción del negocio, cómo llegaron a iniciar el negocio, sus antecedentes, problemas que enfrentaron a partir del negocio, cómo evaluaron tanto el impacto económico como social de su empresa y aportar información de contacto del empresario.

3. Evaluación de los compañeros del grupo (10% de la puntuación)

En la asignación de su grupo, el alumno será evaluado por cada uno de sus compañeros de equipo en lo relativo a su contribución al trabajo desarrollado. La calificación se basará en respuestas a preguntas por escrito y en otorgar puntuaciones en un rango de 0-5 (5 máximo 0 mínimo) en cada uno de los siguientes factores:

- A. trabajo – por ejemplo: ¿desarrolló correctamente las tareas asignadas? Acudió a las reuniones, no se retrasó en las entregas y su trabajo puede considerarse de calidad alta?. entregar trabajo de alto calibre.
- B. liderazgo – por ejemplo: ¿ayudó en la toma de decisiones importantes?. ¿Contribuyó con sus propias ideas a ayudar y definir el proyecto?.
- C. Colaboración – por ejemplo: ¿fue un miembro activo en el equipo de trabajo?. ¿Supo pedir ayuda cuando lo necesitó y ofrecer su ayuda a los demás?
- D. Valoración global de la participación de la persona.

En esta valoración, si se detectara que no existe suficiente dispersión en las valoraciones entre los miembros del equipo (desviación típica menor de 1) la puntuación será 2 para todos los miembros del equipo en los apartados A, B, C y una desviación típica menor de 5 asignará 15 puntos a los miembros en la distribución de 100 puntos. Además la calidad del informe se verá mermada.

La distribución del 1 punto es: 0,4 puntos para la evaluación realizada por los compañeros, 0,4 puntos en función de la evaluación obtenida en los factores a. b y c descriptos. 0,2 puntos por la calidad del informe individual realizado.

Se recuerda que las puntuaciones tienen que estar justificadas y que este informe será tratado de forma confidencial con carga directa en el campus virtual. Quien no realice este informe para sus compañeros obtendrá cero puntos.

4. Pruebas escritas (20%)

Las pruebas escritas que se puedan requerir a desarrollar o tipo test serán evaluadas con un 20% de la calificación. Serán breves ejercicios sobre conceptos de lectura obligatoria o trabajos realizados en clase. Su objetivo es poner a prueba la habilidad para recordar y aplicar los conceptos básicos del curso. Pueden ser sustituidas o complementadas por un ejercicio de definición de conceptos básicos del curso a partir de la mitad del curso. No será necesario avisar de la fecha de realización de la prueba

Trabajo en equipo. (50% de la calificación)

Los trabajos del equipo van encaminados a desarrollar un estudio de viabilidad del nuevo producto o servicio, tenga finalidad comercial o social. El equipo debe estar preparado para hacer una presentación de 5 minutos de cada entrega en clase, con un tiempo adicional 5 minutos para preguntas y respuestas. El trabajo se evaluará teniendo en cuenta la claridad, capacidad de síntesis, nivel e profundización de los conceptos y competencia en la aplicación de los mismos a la idea de negocio. Además se tomará en cuenta las capacidades de trabajo en equipo, y de comunicación oral y escrita puestas de manifiesto en la presentación. La entrega incluirá el trabajo escrito y el powerpoint. Los miembros del equipo deben estar preparados para presentarlo en un tiempo de 20 minutos con 5 para preguntas y respuestas. Lo largo del curso habrá fechas de entrega de documentos parciales y deben estar preparados para responder a cualquier pregunta relacionada con esas entregas. No realizar la entrega en tiempo implica una penalización de 0,5 puntos por fecha no cumplida. Aunque solamente el contenido del informe final será tenido en cuenta para la evaluación definitiva.

La calificación se distribuye en:

1. Informe y presentación de análisis de oportunidades de mercado (10%)
Los equipos presentarán un análisis del mercado de su idea.
2. presentación del modelo negocio e informe (5%)
Cada equipo presentará el modelo de negocio para su idea, intentando demostrar la viabilidad financiera de la empresa.
3. informe y presentación del estudio de viabilidad o del plan de negocio (15%)
Presentación oral 20%

El estudio de viabilidad/plan de empresa responde al esfuerzo acumulado del curso y debe incluir la respuesta y adaptación a los comentarios obtenidos en las otras partes del curso. Los errores gramaticales y ortográficos reducirán la puntuación. De ser numerosos el trabajo será valorado con cero puntos.

Dadas las características especiales de esta asignatura no se diferencia entre convocatoria ordinaria y extraordinaria; es decir, la parte de evaluación individual tiene una connotación de evaluación continua y su calificación se mantiene en todas las convocatorias de la asignatura: ordinaria, extraordinaria y en la extraordinaria del curso siguiente, salvo el 20% asignado a prueba teórica, de la que el alumnado debería volver a examinarse y la puntuación grupal que debería repetirse si aproximadamente el 70% de los miembros del grupo vuelven a presentar el proyecto. La puntuación de la parte de trabajo en grupo se mantiene en todas las convocatorias, no existiendo posibilidad de alterar la calificación, salvo que aproximadamente el 70% de los miembros del grupo vuelven a presentar el proyecto.

Los estudiantes que opten por no participar en las actividades de evaluación continua anteriormente señaladas y que son evaluadas, necesariamente, a lo largo del curso, podrán superar la asignatura en cualquiera de las convocatorias obteniendo una puntuación de, al menos, 5 puntos en las siguientes pruebas obligatorias: 1) presentación del plan de negocio y modelo de negocio (50%) y 2) examen de conocimientos teóricos (20%) siempre y cuando se obtenga un 40% de la puntuación posible en cada una de las pruebas.

Evaluación DIFERENCIADA

♣ El alumno deberá entregar como resultado de la asignatura cursada un trabajo final si posible en equipo

con otros compañeros en las mismas situaciones, cuya composición debe ser comunicada al profesor durante las cuatro primeras semanas de la docencia y aceptada por el mismo. El trabajo consiste en la elaboración de un plan de negocio y diseño del modelo de negocio que deberá entregarse a través del campus virtual una semana antes de la fecha oficial de examen. Asimismo, el alumno deberá realizar el día del examen una exposición oral y defensa del plan de negocio y del modelo de negocio elaborados. El trabajo y la exposición oral y defensa representará el 50% de la calificación final. El restante 50% se corresponde con un examen de los conceptos teóricos de la asignatura según la bibliografía de referencia propuesta.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

RODRÍGUEZ, A. NIETO MJ, FERNAÁNDEZ, Z Y REVILLA, A (2014): **Manual de creación de empresas**; Civitas Thomson Reutes, Pamplona

CEEI ASTURIAS (2012): Guía para la creación de empresas. www.ceei.es

GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ, F.J. (2006): **Creación de empresas. Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales**. Pirámide, Madrid.

HISRICH, R.D.; M.P. PETERS; y D.A. SHEPHERD (2005) **Entrepreneurship. Emprendedores**. McGraw Hill, Madrid.

Direcciones de internet:

Asociación de Centros de Empresas del Principado de Asturias: www.aceppa.es

Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) de Asturias: www.ajeasturias.com

Centro Europeo de Empresas e Innovación: www.ceei.es

Ciudad Tecnológica Valnalón: www.valnalon.com

Crear Empresas: www.crear-empresas.com

DOCUMENTOS DE GUÍA DIDÁCTICA DEL PROYECTO NTNC. PROYECTO LEONARDO 2011-1 ES1-LEO05-36437: www.nt4nc.eu

Emprendedores y Pyme: WWW.ipyme.org

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Dirección Internacional		CÓDIGO	GADEMP01-4-024
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Valdés Llaneza Ana		avaldes@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
Valdés Llaneza Ana		avaldes@uniovi.es		

2. Contextualización

Dirección Internacional es una asignatura optativa del módulo de Organización y Dirección, dentro de la materia de Dirección General. La asignatura ofrece una visión de la problemática asociada a la internacionalización empresarial, profundizando en algunos de los aspectos más relevantes de esta modalidad de crecimiento corporativo como, por ejemplo, las características del proceso de internacionalización, las diferentes fórmulas de entrada en los mercados internacionales, así como las opciones estratégicas y organizativas a seguir por la empresa en el ámbito internacional. Se pretende que el alumno adquiera los conocimientos y desarrolle las habilidades y aptitudes necesarias para la definición, desarrollo, puesta en práctica y seguimiento de un plan de internacionalización.

3. Requisitos

La asignatura exige que el alumno tenga unas nociones básicas de administración de empresas, a las que se accede una vez superada la asignatura de primer curso "Economía de la Empresa". Asimismo, es recomendable haber adquirido los conocimientos y competencias de las asignaturas obligatorias "Diseño Organizativo", "Dirección Estratégica" y "Dirección de Recursos Humanos".

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las competencias y resultados de aprendizaje que se pretenden desarrollar con esta asignatura son los siguientes:

a) *Competencias genéricas o transversales*

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- Capacidad para trabajar en equipo.

- Capacidad de organizar y planificar.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad Crítica y autocrítica.
 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
 - Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

b) Competencias específicas de la materia

- Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales.
- Diseñar y desarrollar proyectos empresariales.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.

c) Resultados del aprendizaje

Los conocimientos impartidos en la asignatura permitirán al alumno disponer de un conjunto de habilidades en su desempeño profesional, relacionadas con las siguientes capacidades:

- Capacidad para comprender los principales factores impulsores del entorno semiglobalizado en el que se enmarca la actividad internacional de las empresas y sus implicaciones para la dirección internacional.
- Identificar las oportunidades y amenazas derivadas del entorno, tanto nacional como internacional, en el que se desenvuelven las empresas.
- Capacidad para identificar las ventajas competitivas que una empresa puede explotar o desarrollar internacionalmente.
- Valorar las alternativas estratégicas que una empresa puede seguir y seleccionar la más adecuada para cada negocio en el ámbito internacional.
- Capacidad para evaluar de forma crítica las distintas formas de entrada en los mercados internacionales y determinar la más adecuada en cada caso.
- Capacidad para identificar y aplicar los principales criterios determinantes de la elección de los mercados de destino.
- Capacidad para diseñar un plan de internacionalización y/o la estrategia internacional más adecuada para una determinada empresa.
- Capacidad para realizar los ajustes necesarios en la estructura organizativa, la cadena de valor y la estructura financiera para poner en práctica el plan de internacionalización.

5. Contenidos

La asignatura pretende proporcionar al alumno un bagaje de conocimientos suficiente para formular y poner en práctica un plan de internacionalización en una empresa concreta. Para ello, se sigue el siguiente programa de contenidos:

Programa sintético

BLOQUE I: FUNDAMENTOS

- Tema 1. La Dirección Internacional en un contexto de semiglobalización.
- Tema 2. Principales teorías de la Internacionalización.
- Tema 3. El proceso de internacionalización.
- Tema 4. Criterios para la elección de los mercados de destino.

BLOQUE II: MODOS DE ENTRADA EN MERCADOS INTERNACIONALES

- Tema 5. Exportaciones y consorcios de exportación.
- Tema 6. Alianzas para la internacionalización.
- Tema 7. Filiales y adquisiciones.

BLOQUE III: LA GESTIÓN DE LA EMPRESA INTERNACIONAL

- Tema 8. Estrategia corporativa de la empresa internacional.
- Tema 9. Organización de la empresa internacional.
- Tema 10. Instrumentos para la financiación del proceso de internacionalización.
- Tema 11. Aprovisionamiento internacional.

Programa detallado y objetivos de aprendizaje

BLOQUE I: FUNDAMENTOS

Tema 1. La Dirección Internacional en un contexto de semiglobalización

1. Introducción.
2. Dimensiones de la globalización.
3. Factores impulsores/determinantes de la globalización.
4. Consecuencias de la globalización para la Dirección Internacional.

Objetivos de aprendizaje

En el primer tema se pretende enmarcar la internacionalización de la empresa en el contexto de semiglobalización en el que convive. En concreto, se persigue que el alumno entienda el concepto de globalización y comprenda los principales factores que han impulsado este fenómeno, así como sus consecuencias sobre la dirección internacional.

Material de consulta específico

Cavusgil, S.T.; Knight, G. y Riesenberger, J.R. (2013): *A Framework for International Business*, Pearson-Prentice-Hall. Capítulo 1.

Ghemawat, P. (2008): *Redefiniendo la Globalización. La Importancia de las Diferencias en un Mundo Globalizado*, Ediciones Deusto, Barcelona. Capítulo 1.

Tema 2. Principales Teorías de la Internacionalización

1. Introducción.
2. Enfoques a nivel de país.
3. Enfoques a nivel de empresa.

Objetivos de aprendizaje

Este tema presenta distintos planteamientos teóricos que tratan de explicar por qué las empresas se internacionalizan y cómo pueden obtener ventajas competitivas a nivel internacional. Con ello se pretende que el alumno comprenda el porqué de la decisión de internacionalización y sea capaz de identificar las ventajas competitivas que una empresa puede explotar o desarrollar internacionalmente.

Material de consulta específico

Cavusgil, S.T.; Knight, G. y Riesenberger, J.R. (2013): *A Framework for International Business*, Pearson-Prentice-Hall. Capítulo 2.

Guillén M. y García-Canal, E. (2011): *Las Nuevas Multinacionales. Las Empresas Españolas en el Mundo*, Ariel, Barcelona. Capítulo 2.

Pla, J. y León, F. (2016): *Dirección de Empresas Internacionales*, McGraw Hill, Madrid. Capítulo 4.

Tema 3. El proceso de internacionalización

1. Internacionalización tradicional *versus* internacionalización acelerada.
2. Empresas *Born globals*.
3. Multinacionales de países emergentes.

Objetivos de aprendizaje

El objetivo de este tema es conseguir que el alumno tenga una visión general del proceso de internacionalización y comprenda las diferencias existentes entre un proceso de internacionalización tradicional frente a uno acelerado. Asimismo, se profundiza en la comprensión de este último analizando las características de las empresas *born global*, así como las peculiaridades y procedimientos de gestión utilizados por las multinacionales de países emergentes.

Material de consulta específico

Guillén M. y García-Canal, E. (2011): *Las Nuevas Multinacionales. Las Empresas Españolas en el Mundo*, Ariel, Barcelona. Capítulos 1 y 2.

Guillén M. y García-Canal, E. (2012): *Emerging Markets Rule: Growth Strategies of the New Global Giants*, McGraw-Hill. Introducción y Capítulo 6.

Pla, J. y León, F. (2016): *Dirección de Empresas Internacionales*, McGraw Hill, Madrid. Capítulo 4.

Tema 4: Criterios para la elección de los mercados de destino

1. Introducción.
2. Criterios genéricos.
3. Estrategias específicas.

Objetivos de aprendizaje

Este tema pretende proporcionar los conocimientos y herramientas necesarias para conseguir que el alumno sea capaz de identificar y aplicar los principales criterios determinantes de la elección de los mercados de destino.

Material de consulta específico

Bradley, F. y Calderón, H. (2006): *Marketing Internacional*, 5ª ed., Pearson Education. Capítulo 12.

Guillén M. y García-Canal, E. (2011): *Las Nuevas Multinacionales. Las Empresas Españolas en el Mundo*, Ariel, Barcelona. Capítulo 8.

Guillén M. y García-Canal, E. (2012): *Emerging Markets Rule: Growth Strategies of the New Global Giants*, McGraw-Hill. Capítulo 2.

Verbeke, A. (2013): *International Business Strategy*, 2ª ed., Cambridge University Press, Reino Unido. Capítulo 4.

BLOQUE II: MODOS DE ENTRADA EN MERCADOS INTERNACIONALES

Tema 5. Exportaciones

1. Introducción a los modos de entrada.
2. Exportación directa.
3. Exportación indirecta.

Objetivos de aprendizaje

Se pretende que el alumno comprenda las principales características, ventajas e inconvenientes de las diferentes modalidades de exportaciones, de forma que sea capaz de decidir cuál es la más adecuada para cada caso concreto.

Material de consulta específico

Cavusgil, S.T.; Knight, G. y Riesenberger, J.R. (2013): *A Framework for International Business*, Pearson-Prentice-Hall. Capítulo 10.

Pla, J. y León, F. (2016): *Dirección de Empresas Internacionales*, McGraw Hill, Madrid. Capítulo 3.

Young, S.; Hamil J.; Wheeler, C. y Davies J.R. (1991): *Penetración y desarrollo de los mercados internacionales. Estrategias y Gestión*, Plaza & Janes Editores, Barcelona. Capítulos 1 y 3.

Tema 6. Alianzas para la internacionalización

1. Introducción.
2. Alianzas domésticas.
3. Alianzas locales: Acuerdos contractuales.
4. Alianzas locales: Joint ventures.
5. Alianzas globales.
6. Fundamentos para la gestión de alianzas.

Objetivos de aprendizaje

En el tema se analizan los distintos tipos de alianzas que una empresa puede utilizar para internacionalizarse y se proporcionan los conocimientos necesarios para una adecuada gestión y desarrollo de las mismas. El alumno ha de ser capaz de valorar críticamente las diferentes opciones de alianzas para la internacionalización y decidir la mejor opción para cada caso concreto.

Material de consulta específico

Cavusgil, S.T.; Knight, G. y Riesenberger, J.R. (2013): *A Framework for International Business*, Pearson-Prentice-Hall. Capítulos 11 y 12.

Guillén M. y García-Canal, E. (2012): *Emerging Markets Rule: Growth Strategies of the New Global Giants*, McGraw-Hill. Capítulo 4.

Renart L. (1999): "Consortios de exportación y otros tipos de alianzas estratégicas entre

empresas”, *Boletín Económico de ICE*, n. 2627, September, pp. 1-15.

Young, S.; Hamil J.; Wheeler, C. y Davies J.R. (1991): *Penetración y desarrollo de los mercados internacionales. Estrategias y Gestión*, Plaza & Janes Editores, Barcelona. Capítulos 4 y 5.

Tema 7. Filiales y adquisiciones

1. Introducción.
2. Tipología filiales de plena propiedad.
3. Creación filiales *versus* adquisiciones.

Objetivos de aprendizaje

En este tema se comparan dos opciones de inversión directa en el exterior: la creación de filiales de plena propiedad y la realización de adquisiciones, examinando las características, ventajas y problemática específica de cada una. El alumno ha de ser capaz de realizar una valoración crítica de ambas opciones y determinar la mejor opción en cada caso concreto.

Material de consulta específico

Cavusgil, S.T.; Knight, G. y Riesenberger, J.R. (2013): *A Framework for International Business*, Pearson-Prentice-Hall. Capítulo 11.

Guillén M. y García-Canal, E. (2012): *Emerging Markets Rule: Growth Strategies of the New Global Giants*, McGraw-Hill. Capítulo 5.

Pla, J. y León, F. (2016): *Dirección de Empresas Internacionales*, McGraw Hill, Madrid. Capítulos 3 y 7.

BLOQUE III: LA GESTIÓN DE LA EMPRESA INTERNACIONAL

Tema 8. Estrategia corporativa

1. Introducción.
2. Presiones globalizadoras y fragmentadoras.
3. El Modelo Triple A: Agregación, Adaptación y Arbitraje.

Objetivos de aprendizaje

El tema pretende proporcionar los conocimientos y herramientas necesarias para que el alumno se capaz de diseñar un plan de internacionalización y/o la estrategia internacional más adecuada para una determinada empresa.

Material de consulta específico

Guillén M. y E. García-Canal (2012): *Emerging Markets Rule: Growth Strategies of the New Global Giants*, McGraw-Hill. Capítulo 3.

Ghemawat, P. (2008): *Redefiniendo la Globalización. La Importancia de las Diferencias en un Mundo Globalizado*, Ediciones Deusto, Barcelona. Capítulos 4, 5, 6 y 7.

Tema 9. Organización de la empresa internacional

1. Estructuras organizativas para empresas internacionales.
2. La organización en red.

Objetivos de aprendizaje

En este tema se analizan las diferentes estructuras organizativas que pueden adoptar las empresas internacionales de forma que el alumno desarrolle las capacidades necesarias para valorar las diferentes opciones y determinar la más adecuada en cada caso.

Material de consulta específico

Cavusgil, S.T.; Knight, G. y Riesenberger, J.R. (2013): *A Framework for International Business*, Pearson-Prentice-Hall. Capítulo 8.

Guillén M. y García-Canal, E. (2012): *Emerging Markets Rule: Growth Strategies of the New Global Giants*, McGraw-Hill. Capítulos 4 y 7.

Pla, J. y León, F. (2016): *Dirección de Empresas Internacionales*, McGraw Hill, Madrid. Capítulo 5.

Tema 10. Instrumentos para la financiación de operaciones internacionales

1. Financiación de la exportación.
2. Financiación de la inversión.
3. Apoyo financiero a la internacionalización.

Objetivos de aprendizaje

El tema pretende mostrar los principales instrumentos existentes para la financiación de la actividad internacional de las empresas. El alumno ha de ser capaz de valorar e identificar los instrumentos más adecuados para la financiación de las operaciones internacionales de una determinada empresa.

Material de consulta específico

Arteaga Ortiz, J. (coord.) (2012): *Manual de Internacionalización. Técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de interancionalización*, ICEX-CECO, Madrid. Capítulo 4.

Tema 11. Aprovisionamiento internacional

1. Introducción.
2. Estrategias de outsourcing.
3. Ventajas e inconvenientes de la realización del outsourcing internacional.
4. Outsourcing de actividades de alto valor añadido.

Objetivos de aprendizaje

El último tema pretende proporcionar los conocimientos necesarios para que el alumno sea capaz de analizar críticamente la localización de las actividades de la cadena de valor de una determinada empresa.

Material de consulta específico

Cavusgil, S.T.; Knight, G. y Riesenberger, J.R. (2013): *A Framework for International Business*, Pearson-Prentice-Hall. Capítulo 13.

Guillén M. y E. García-Canal (2012): *Emerging Markets Rule: Growth Strategies of the New Global Giants*, McGraw-Hill. Capítulos 1 y 6.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente comprende actividades formativas tanto presenciales como no presenciales, desarrolladas a lo largo de las aproximadamente catorce semanas del primer semestre del curso académico. Las **actividades presenciales** se concretan en:

1. *Clases expositivas*

Las clases expositivas se dedican a la explicación y desarrollo de los principales contenidos teóricos de la asignatura. Esencialmente consisten en la presentación y el análisis por parte del profesor de los contenidos más relevantes y de aquéllos que entrañen mayor grado de dificultad en su aprendizaje. En este ámbito se incentivará la interacción con el estudiante durante la clase, promoviendo la realización de preguntas dirigidas tanto a los alumnos como al profesor. Aunque no existe un manual básico de referencia, en cada tema se proponen varios textos que pueden ser consultados para la preparación y el seguimiento de los contenidos impartidos en las clases expositivas por parte del estudiante. Asimismo, los estudiantes también dispondrán de material didáctico adicional, accesible a través del Campus Virtual de la Universidad de Oviedo. Hay que destacar que, bien durante las clases expositivas o bien durante las prácticas de aula, se realizarán una serie de *pruebas de seguimiento* del rendimiento del alumno, éstas tendrán un carácter escrito y le permitirán obtener un máximo de 1,5 puntos en la calificación de la evaluación continua. Por todo ello, la asistencia a las clases se considera imprescindible para el correcto seguimiento de la asignatura.

1. *Prácticas de aula*

Las prácticas en el aula persiguen la implicación directa y activa del estudiante en el aprendizaje. Éstas consistirán en la exposición, resolución y/o discusión por parte de los alumnos, de una serie de tareas propuestas con antelación por el profesor. Las tareas podrán abarcar las siguientes actividades:

- Análisis de casos de empresas reales.
- Resolución de cuestiones teórico-prácticas.
- Búsqueda y análisis de información actualizada (noticias de prensa, memorándums, memorias empresariales...) sobre cuestiones relacionadas con los contenidos de la asignatura.
- Presentación, discusión e ilustración práctica de contenidos concretos de la asignatura.

Para su correcto desarrollo, los profesores fijarán con la debida antelación las tareas a desarrollar en cada clase práctica. El estudiante deberá preparar por anticipado dichas tareas, con carácter obligatorio, antes del comienzo de cada clase. Dependiendo de la actividad a realizar, los profesores podrán solicitar a los alumnos que durante la clase preparen y entreguen por escrito, también con carácter obligatorio, la solución de toda o parte de la tarea que será objeto de discusión durante el resto de la sesión.

La información y el material didáctico relativo a las actividades prácticas se pondrán a disposición de los alumnos en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo.

En función de la calidad de sus exposiciones y participaciones en las prácticas de aula, así como de los comentarios por escrito recogidos en el aula, el alumno podrá obtener un máximo de 1 punto en la calificación de la evaluación continua. En todo caso, la valoración de las participaciones siempre exigirá la presencia del alumno en el aula, ya que son el resultado de la discusión con el profesor y/o sus compañeros.

1. *Sesiones de evaluación*

A lo largo del semestre se realizarán actividades de evaluación en las sesiones de clases expositivas o en las prácticas de aula.

1. *Otras actividades*

Se propone a los estudiantes la asistencia a las conferencias y seminarios programados por la Facultad de Economía y Empresa y por el Departamento de Administración de Empresas, impartidos por expertos del mundo empresarial, de la Administración y/o de la Universidad, en diferentes materias relacionadas con la administración de empresas. Si bien esta actividad no está considerada como obligatoria dentro de la programación formal de la asignatura, puede constituir una fuente de información y una herramienta complementaria de gran valor para la formación de los estudiantes.

Las **actividades no presenciales** se concretan en:

Trabajo autónomo del estudiante

Éste se puede clasificar en dos apartados: *i)* el estudio de los contenidos propuestos y analizados tanto en las clases expositivas como en las clases prácticas, y *ii)* la realización por anticipado de las actividades propuestas para las prácticas de aula.

El Campus Virtual de la Universidad de Oviedo será el principal medio empleado para poner a disposición del alumno el material y la información necesarios para un correcto seguimiento de la asignatura. El correo electrónico (a través de las direcciones oficiales de *e-mail* facilitadas por la Universidad de Oviedo) se utilizará también como medio de comunicación complementario con los alumnos. De modo circunstancial, también se puede recurrir al servicio de fotocopias de la Facultad de Economía y Empresa para facilitar el acceso a documentación escrita.

Las siguientes tablas resumen la información básica sobre el contenido y planificación de la asignatura. Las dos primeras tablas recogen el número de horas estimadas para cada actividad formativa, distribuyendo el total de horas entre actividades presenciales y no presenciales (tabla 1) y, de modo más específico, distribuyendo las horas por temas y actividades formativas (tabla 2). La tercera tabla recoge el cronograma de actividades previstas por semanas. En todos los casos se trata de aproximaciones orientativas, de modo que pueden sufrir modificaciones en función del desarrollo efectivo de las clases en cada grupo de estudiantes y del horario particular de cada grupo.

Tabla 1

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18.67	60.00
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	28	18.67	
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas			
	Prácticas clínicas hospitalarias			
	Tutorías grupales			
	Prácticas Externas			
	Sesiones de evaluación	4	2.66	
No presencial	Trabajo Individual	90	60.00	90.00
	Total	150		

Tabla 2

		TRABAJO PRESENCIAL								TRABAJO NO PRESENCIAL	
Temas	Horas totales	Clase Expositiva	Prácticas de aula /Seminaris/ Talleres	Prácticas de laboratorio /campo /aula de informática/ aula de idiomas	Prácticas clínicas hospitalarias	Tutorías grupales	Prácticas Externas	Sesiones de Evaluación	Total	Trajo autónomo	Total
T1 La Dirección Internac. contexto de semiglobaliz.	10,1	2,15	2,15						4,3	5,8	5,8
T2 Principales teorías de la Internacionalización	10,1	2,15	2,15						4,3	5,8	5,8
T3 El proceso de internacionalización	10,1	2,15	2,15						4,3	5,8	5,8
T4 Criterios para la elección de los mercados de destino	10,1	2,15	2,15						4,3	5,8	5,8
T5 Exportaciones	10,1	2,15	2,15						4,3	5,8	5,8
T6 Alianzas para la internacionalización	30,0	6,5	6,5						13	17	17

T7 Filiales y adquisiciones	10,1	2,15	2,15						4,3	5,8	5,8
T8 Estrategia corporativa	10,1	2,15	2,15						4,3	5,8	5,8
T9 Organización de la empresa internacional	10,1	2,15	2,15						4,3	5,8	5,8
T10 Instrumentos para la financiación de operaciones internacionales	10,1	2,15	2,15						4,3	5,8	5,8
T11 Aprovisionamiento internacional	7,95	2,15	0						2,15	5,8	5,8
Análisis del proceso de internacionalización (trabajo práctico)	17,15		2,15						2,15	15	15
Prueba final	4,0							4	4		
Total	150	28	28					4	60	90	90

Tabla 3

Semana	Tipo de actividad	Temática
--------	-------------------	----------

1	Teórica	Teoría Tema 1	1,75 h.
2	Teórica Práctica	Teoría Tema 2 Práctica 1	1,75 h. 1,75 h.
3	Teórica Práctica	Teoría Tema 3 Práctica 2	1,75 h. 1,75 h.
4	Teórica Práctica	Teoría Tema 4 Práctica 3	1,75 h. 1,75 h.
5	Teórica Práctica	Teoría Tema 5 Práctica 4	1,75 h. 1,75 h.
6	Teórica Práctica	Teoría Tema 6 Práctica 5	1,75 h. 1,75 h.
7	Teórica Práctica	Teoría Tema 6 Práctica 6(1)	1,75 h. 1,75 h.
8	Teórica Práctica	Teoría Tema 6 Práctica 6(2)	1,75 h. 1,75 h.
9	Teórica Práctica	Teoría Tema 7 Práctica 6(3)	1,75 h. 1,75 h.
10	Teórica Práctica	Teoría Tema 8 Práctica 7	1,75 h. 1,75 h.
11	Teórica Práctica	Teoría Tema 9 Práctica 8	1,75 h. 1,75 h.
12	Teórica Práctica	Teoría Tema 10 Práctica 9	1,75 h. 1,75 h.
13	Teórica Práctica	Teoría Tema 11 Práctica 10	1,75 h. 1,75 h.
14	Práctica	Exposición del trabajo en grupo	1,75 h.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de los resultados de aprendizaje consta de dos elementos:

1. *Evaluación continua*

A lo largo del semestre el alumno podrá obtener hasta 4 puntos a partir de las siguientes actividades:

- Se realizarán pruebas de seguimiento y comprensión de los contenidos analizados hasta el momento de realización de cada prueba. En concreto, se realizarán 2 pruebas, que en total permitirán obtener un máximo de 2 puntos de evaluación continua (1 punto por cada prueba). El profesor informará a los alumnos con la suficiente antelación la fecha de realización de cada una de ellas.
- Participación en las prácticas de aula. Semanalmente se controlarán las intervenciones orales, así como la entrega y resolución de ejercicios/cuestiones/casos por escrito del alumno durante las clases prácticas de aula. Dicha valoración exige la presencia del alumno en el aula. La máxima puntuación que se puede alcanzar a través de dichas participaciones es de 2 puntos.

2. *Examen final*

Una vez finalizado el semestre, se realizará un examen escrito tipo test (con una única respuesta correcta por pregunta y con penalización del 33,3% por respuesta incorrecta) sobre la totalidad de contenidos de la asignatura. La puntuación máxima de este examen es de 6 puntos.

Requisitos de evaluación

- Para superar la asignatura el estudiante debe obtener una calificación mínima de 5 puntos, suma de todas las puntuaciones obtenidas a través de la evaluación continua (pruebas de seguimiento y comprensión, así como participaciones en las prácticas de aula) y del examen final.

La puntuación obtenida en la evaluación continua se tendrá en cuenta en las tres convocatorias del curso académico: enero (ordinaria), mayo (extraordinaria adelantada) y/o junio (extraordinaria).

Los alumnos que opten por no participar en las actividades de evaluación continua antes señaladas y que son evaluadas, necesariamente, a lo largo del curso, podrán superar la asignatura en cualquier convocatoria ordinaria o extraordinaria (o en la extraordinaria adelantada) obteniendo una calificación de, al menos, 5 puntos en el examen final. Dicho examen final les permitirá obtener una puntuación máxima de 6 puntos.

Los estudiantes que se acojan a la **evaluación diferenciada** serán evaluados a través de un examen final específico, mediante el que obtendrán el 100% de su calificación, es decir, 10 puntos.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica

Cavusgil, S.T.; Knight, G. y Riesenberger, J.R. (2013): *A Framework for International Business*, Pearson-Prentice-Hall.

Guillén M. y García-Canal, E. (2011): *Las Nuevas Multinacionales. Las Empresas Españolas en el Mundo*, Ariel, Barcelona. Versión en inglés: Guillén M. y García-Canal, E. (2010): *The New Multinationals. Spanish Firms in a Global Context*, Cambridge University Press.

Guillén M. y E. García-Canal (2012): *Emerging Markets Rule: Growth strategies of the New Global Giants*, McGraw-Hill.

Bibliografía complementaria

Arteaga Ortiz, J. (coord.) (2012): *Manual de Internacionalización. Técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización*, ICEX-CECO, Madrid.

Bradley, F. y Calderón, H. (2006): *Marketing Internacional*, 5ª ed., Pearson Education.

Durán Herrera J. J. (2001): *Estrategia y Economía de la Empresa Multinacional*, Ed. Pirámide S.A. Madrid.

Ghemawat, P. (2008): *Redefiniendo la Globalización. La Importancia de las Diferencias en un Mundo Globalizado*, Ediciones Deusto, Barcelona.

Muro Gil, F. (2011): *La Internacionalización Multilateral. Estrategia, Metodología y Técnicas para Acometer con Éxito los Proyectos Financiados por los Organismos Multilaterales*, ICEX-CECO, Madrid.

Pla, J. y F. León (2016): *Dirección de Empresas Internacionales*, McGraw Hill, Madrid.

Renart L. (1999): "Consortios de exportación y otros tipos de alianzas estratégicas entre empresas", *Boletín Económico de ICE*, n. 2627, September, pp. 1-15.

Rugman A. M. y Collinson, S. (2013): *International Business*, 6ª ed., Pearson.

Verbeke, A. (2013): *International Business Strategy*, 2ª ed., Cambridge University Press, Reino Unido.

Young, S.; Hamil J.; Wheeler, C. y Davies J.R. (1991): *Penetración y desarrollo de los mercados internacionales. Estrategias y Gestión*, Plaza & Janes Editores, Barcelona.

Adicionalmente, se proporcionará al alumno artículos y material docente (casos, lecturas...) específicos para cada tema.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Economía de las Organizaciones		CÓDIGO	GADEMP01-4-025
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
Gonzalez Diaz Manuel		mgdiaz@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
Gonzalez Diaz Manuel		mgdiaz@uniovi.es		

2. Contextualización

Economía de las Organizaciones es una asignatura optativa del módulo de Organización y Dirección, dentro de la materia de Fundamentos de Empresa. Esta asignatura ofrece una herramienta para analizar las causas económicas de un amplio elenco de problemas organizativos, entendidos en un sentido amplio (diseño organizativo, sistemas de incentivos, gobierno corporativo, etc.). Persigue que el alumno sea capaz de proponer soluciones generales a estos problemas e, incluso, adaptarlas en función de la naturaleza económica del problema. En particular, la asignatura se centra en estudiar los problemas de coordinación y motivación, comunes a la mayor parte de organizaciones, y en cómo la adopción de los correctos mecanismos de gobierno conducen a soluciones eficientes que facilitan su supervivencia.

3. Requisitos

Al ser una asignatura ubicada en cuarto curso, los alumnos que hayan seguido la programación normal del Grado en Administración y Dirección de Empresas tendrán todos los prerrequisitos cubiertos. Para aquellos alumnos que accedan a la asignatura de forma aislada, se recomienda que hayan superado, al menos, Economía de la Empresa, asignatura de primer curso. Diseño Organizativo, de tercer curso e Introducción a la Microeconomía, de primero, son también asignaturas recomendables. El dominio a nivel de usuario de Internet y la ofimática facilita la elaboración de trabajos y su presentación. Leer en inglés también puede ser de gran ayuda puesto que mucha información sobre la asignatura sólo está publicada en inglés.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

El objetivo de esta asignatura es mostrar al alumno un conjunto de instrumentos de análisis económico que faciliten el estudio y comparación de la eficiencia de soluciones organizativas (también denominados mecanismos de gobierno). Al finalizar el curso se pretende que el alumno haya mejorado su capacidad de análisis de las relaciones empresariales y que sea capaz de identificar las fuentes de los problemas y plantear posibles soluciones a los mismos.

a) Competencias genéricas

1. Conocimientos básicos de la profesión en organización empresarial y análisis económico.
2. Capacidad de análisis y síntesis
3. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

4. Capacidad para trabajar de forma autónoma.
5. Habilidades de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas)
6. Desarrollar las aptitudes y habilidades necesarias para la toma de decisiones y el trabajo en equipo.
7. Capacidad crítica y autocrítica.
8. Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.
9. Capacidad de organizar y planificar.

b) *Competencias específicas*

1. Comprender y valorar las interrelaciones de los agentes económicos.
2. Comprender el comportamiento de los agentes económicos y valorar su influencia en la estructura y funcionamiento de los mercados y organizaciones.
3. Competencia para identificar y analizar los factores que determinan los problemas de coordinación y motivación en las empresas, bajo diferentes entornos institucionales (jurídicos y sociales), determinando qué forma organizativa es eficiente en cada situación.
4. Capacidad para buscar la información necesaria dentro de la organización para identificar los problemas y posteriormente aplicar los conocimientos de organización empresarial al diseño de soluciones: mecanismos de coordinación y sistemas de control e incentivos.
5. Transmitir información, ideas, problemas y soluciones (incluidos informes de asesoramiento) del ámbito económico y organizativo a un público tanto especializado como no especializado,

c) *Resultados del aprendizaje*

Los conocimientos impartidos en la asignatura permitirán al estudiante disponer de un conjunto de habilidades en su desempeño profesional, relacionadas con las siguientes capacidades:

1. Capacidad para identificar y clasificar los problemas de coordinación y de motivación dentro y entre organizaciones.
2. Capacidad para proponer soluciones a dichos problemas y analizarlas en términos de eficiencia económica.
3. Capacidad para controlar y evaluar los resultados de las medidas propuestas.

5. Contenidos

Programa sintético

PARTE I: MARCO CONCEPTUAL

Tema 1.- El problema de la organización económica: mercados y empresas

Tema 2.- Los costes de transacción

Tema 3.- Mecanismos de coordinación

Tema 4.- Mecanismos de salvaguardia I

Tema 5.- Mecanismos de salvaguardia II

PARTE II: LA ARQUITECTURA ORGANIZATIVA

Tema 6.- Diseño y control organizativo

Tema 7.- Evaluación y compensación

PARTE III: GOBIERNO CORPORATIVO

Tema 8.- Sociedades

Tema 9.- Cooperativas

Programa detallado y objetivos de aprendizaje

PARTE I: MARCO CONCEPTUAL

Tema 1.- El problema de la organización económica: mercados y empresas

Contenidos:

1.1. Especialización, intercambios y mecanismos de coordinación

1.2. Mecanismo de los precios

1.3. Costes de transacción y existencia de empresas

1.4. Fallos del mercado y teorema de Coase

Objetivos:

El objetivo del tema es explicar la existencia de empresas en las economías de mercado, buscando su encaje en los fundamentos de la organización económica. Para ello se parte del Teorema de Walras y del funcionamiento del mecanismo de los precios. Una vez analizada la eficiencia informativa del mercado, se plantea por qué las empresas no utilizan dicho mecanismo, introduciendo la aportación de Coase sobre la

existencia de costes derivados de utilizar el sistema de precios (costes de transacción).

Al final del tema, el alumno debería comprender por qué existen empresas y por qué los costes de transacción son un elemento central en la organización de empresas y en la búsqueda de soluciones empresariales eficientes.

Material de consulta:

Arruñada 2013, capítulo 2, pp. 79-120.

Brickley, Smith y Zimmerman 2005, capítulo 3, pp. 33-56.

Milgrom y Roberts 1993, capítulos 2 y 3, pp. 24-104

Tema 2.- Los costes de transacción

•

Contenidos:

2.1. Problemas de la falta de información y el oportunismo

2.2. Análisis de los costes de transacción

2.3. Tipologías de costes de transacción

2.4. Modelo de agencia

Objetivos:

Se analizan y clasifican los distintos problemas a partir del tipo de asimetría informativa con que las partes acuden a la transacción o intercambio. Posteriormente, se analizan las causas que determinan la aparición de los costes de transacción y qué dimensiones de las transacciones les afectan. Asimismo se presentan las tipologías más comunes, haciendo especial hincapié en el modelo de agencia.

El objetivo específico es que el alumno sepa distinguir los distintos problemas informativos, analizar las situaciones que conducen a mayores costes de transacción e identificar qué características son relevantes.

Material de consulta:

Arruñada 2013, capítulos 1 y 3, pp. 25-78 y 137-178.

Brickley, Smith y Zimmerman 2005, capítulo 10, pp. 187-203.

Milgrom y Roberts 1993, capítulos 2, 5 y 6, pp. 24-66 y 151-242.

Tema 3.- Mecanismos de coordinación

Contenidos:

- 3.1. El contrato
- 3.2. Perfeccionamiento de las partes
- 3.3. Perfeccionamiento institucional
- 3.4. Mecanismos de coordinación en las organizaciones

Objetivos:

El objetivo principal es estudiar el contrato, como el elemento que articula toda transacción, con el objetivo de atenuar los costes de transacción. Se plantean los dos objetivos básicos de todo contrato o acuerdo: coordinación de los activos y motivación de los participantes y se estudian aquí los mecanismos que resuelven los problemas de coordinación, haciendo hincapié en el contrato y su propio "perfeccionamiento", ya sea institucional (judicial y jurídico) o de las partes.

El alumno debe ser capaz de entender qué papel juegan tanto los acuerdos particulares o contratos como el entorno institucional en la reducción de costes de transacción, así como sus interdependencias. Además, debe entender la función de algunos mecanismos concretos en la reducción de costes de coordinación (normas, enlaces, equipos, etc.).

Material de consulta:

Arruñada 2013, capítulo 3, pp.137-178

Milgrom y Roberts 1993, capítulo 4, pp. 105-150

Tema 4.- Mecanismos de salvaguardia I

Contenidos:

- 4.1. Salvaguardias contractuales
- 4.2. Reducción de asimetrías en la negociación
- 4.3. Control de la búsqueda de rentas
- 4.4. Control de la selección adversa

Objetivos:

El complemento al perfeccionamiento de los contratos es el diseño de mecanismos de salvaguardia que aseguren un cumplimiento adecuado de las partes que intervienen en la transacción. Dada la variedad de salvaguardias existente, su estudio se divide en dos temas. En éste se abordan las que buscan resolver problemas informativos cuyo origen es fundamentalmente anterior a la transacción: asimetrías en la negociación, búsqueda de rentas y selección adversa.

Al final del tema, el alumno debería ser capaz de identificar distintas situaciones empresariales con alguno de los problemas informativos típicos y diseñar y valorar soluciones potenciales.

Material de consulta:

Milgrom y Roberts 1993, capítulo 5, pp. 151-196.

Tema 5.- Mecanismos de salvaguardia II

Contenidos:

- 5.1. Control del riesgo moral
- 5.2. Mecanismos de salvaguardia basados en la propiedad
- 5.3. Otras salvaguardias implícitas
- 5.4. El problema de los activos específicos: integración vertical y contratos a largo plazo

Objetivos:

En este segundo tema sobre las salvaguardias se abordan aquéllas que buscan resolver problemas informativos cuyo origen es fundamentalmente posterior a la transacción: riesgo moral y retención (activos específicos). Se presta especial atención al diseño de sistemas de incentivos explícitos por su importancia en las relaciones laborales y su amplia aplicabilidad a distintas situaciones empresariales.

Como en el tema anterior, que complementa a éste, el alumno debería ser capaz, tras su estudio, de identificar situaciones empresariales con los problemas informativos típicos, evaluarlos y aplicar soluciones.

Material de consulta:

Milgrom y Roberts 1993, capítulos 6, 7, 8 y 9, pp. 197-381.

PARTE II: LA ARQUITECTURA ORGANIZATIVA

Tema 6.- Diseño y control organizativo

Contenidos:

6.1. Determinantes de la arquitectura y cambios organizativos.

6.2. Delegación derechos decisión

6.3. Agrupación de tareas, puestos y unidades

Objetivos:

El objetivo es introducir la segunda parte de la asignatura, centrada en aplicar los modelos conceptuales de la primera parte a un problema empresarial concreto y complejo: el diseño de la arquitectura o estructura de la empresa. Dicho problema se aborda en tres partes, interrelacionadas entre sí: asignación de derechos de decisión, compensación y evaluación. En este tema, se estudia cómo asignar los derechos de decisión a lo largo de una empresa, poniendo el énfasis en la influencia que tienen las decisiones tomadas aquí con la evaluación y compensación.

Al finalizar el tema, el alumno debe ser capaz de entender y valorar los problemas que ocasiona tanto la delegación de decisiones como la especialización de tareas. Igualmente debe ser capaz de valorar cuándo los equipos son más adecuados para la toma de decisiones y cómo organizar las unidades de trabajo y sus efectos en la evaluación y compensación.

Material de consulta:

Brickley, Smith y Zimmerman 2005, capítulos 11, 12 y 13, pp. 207-262.

Tema 7.- Evaluación y compensación

Contenidos:

- 7.1. Evaluación del rendimiento individual
- 7.2. Evaluación del rendimiento en centros (sub-unidades)
- 7.3. Nivel y composición de la compensación
- 7.4. Función de compensación.

Objetivos:

El objetivo es analizar la evaluación y la compensación como los dos elementos básicos del control organizativo. Primero se diferencia entre el rendimiento individual en un puesto de trabajo y el rendimiento colectivo (unidades de trabajo). En cada caso se valora la idoneidad del sistema teniendo en cuenta todas las características del puesto y la forma de compensación. Ésta última, la compensación, se aborda considerando su potencial motivador y su capacidad para alinear los intereses entre las partes. Al finalizar el tema, el alumno debe ser capaz de simultáneamente valorar los distintos métodos de evaluación y compensación, proponiendo el binomio evaluación-compensación más adecuado en función de las características del puesto de trabajo.

Material de consulta:

Brickley, Smith y Zimmerman 2005, capítulos 14, 15, 16 y 17, pp. 263-358.

Milgrom y Roberts 1993, capítulos 12 y 13, pp. 454-526.

PARTE III: EL GOBIERNO CORPORATIVO

Tema 8.- Sociedades

Contenidos:

- 8.1.- El empresario individual como referencia
- 8.2.- Características de las sociedades
- 8.3.- Control corporativo
- 8.4.- La compra de una compañía por sus directivos

Objetivos:

La tercera parte abarca contratos de un mayor nivel de complejidad, que comprenden la organización general de la empresa. El primer tema del bloque se dedica a estudio de las sociedades, partiendo del empresario como forma básica de referencia. Se analiza una forma organizativa en la que existen varios socios y en la que se puede asignar a distintos agentes dos derechos tradicionalmente asociados a la propiedad de los bienes, el derecho a percibir la renta que generen y a controlarlos. Esta posibilidad de especialización condicionará los incentivos y el potencial de oportunismo en las actividades económicas organizadas a través de esta forma de gobierno.

Con este tema, el alumno debería ser capaz de comprender las consecuencias económicas del contrato de sociedad, deducir los incentivos (y problemas) que genera y evaluar sus posibles soluciones.

Material de consulta:

Milgrom y Roberts 1993, capítulos 15 y 16, pp. 566-687

Arruñada 2013, capítulo 8, pp.405-473

Tema 9.- Cooperativas

Contenidos:

9.1.- Naturaleza y limitaciones de la empresa cooperativa

9.2.- Soluciones y paliativos

Objetivos:

En el último tema se estudia otra forma organizativa que tiene una característica opuesta a la anterior. La especialización es menor a la de otras formas organizativas, ya que la mayoría de los participantes en la empresa (los socios) son simultáneamente trabajadores y aportantes de capital. En el tema se analizan sus consecuencias organizativas.

Al terminar el tema, el alumno debería ser capaz de interpretar el contenido económico de los contratos de cooperativa, analizar su eficiencia económica y su idoneidad para organizar determinadas actividades productivas.

Material de consulta:

Arruñada 2013, capítulo 8, pp.405-473

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente comprende actividades formativas tanto presenciales como no presenciales, desarrolladas a lo largo de las aproximadamente catorce semanas del primer semestre del curso académico.

Las **actividades presenciales** se concretan en:

a) *Clases expositivas*

Las clases expositivas se dedican a la explicación y desarrollo de los principales contenidos teóricos de la asignatura. Esencialmente consisten en la presentación y el análisis por parte del profesor de los contenidos más relevantes y de aquéllos que entrañen mayor grado de dificultad en su aprendizaje. En este ámbito se incentivará la interacción con el estudiante durante la clase a través del método socrático, poniendo siempre por adelantado el material docente (diapositivas, bibliografía y ejercicios) para que el alumno pueda revisarlo. El profesor podrá realizar pruebas durante estas sesiones para evaluar el aprendizaje del alumno, incluso de carácter escrito o electrónico. La calificación máxima será de 1 punto (junto a las pruebas realizadas en las prácticas de aula). Por todo ello, la asistencia a las clases expositivas se considera imprescindible para el correcto seguimiento de la asignatura.

b) *Prácticas de aula*

Las prácticas en el aula persiguen dos fines distintos. Por una parte, se busca la implicación directa y activa del estudiante en el aprendizaje. Éstas consistirán en la exposición, resolución y/o discusión por parte de los alumnos, de una serie de tareas propuestas con antelación por el profesor. Las tareas vendrán recogidas en el Cuaderno de ejercicios de la asignatura y podrán abarcar las siguientes actividades:

- Análisis de casos de empresas reales o de situaciones ficticias.
- Resolución de cuestiones teórico-prácticas.

Además, en cada tema, y previa autorización del profesor, existirá la posibilidad de otras actividades complementarias tales como búsqueda y análisis de información actualizada (noticias de prensa, memorándums, memorias empresariales...) sobre cuestiones planteadas en el Cuaderno de ejercicios o, incluso, nuevas, a propuesta del estudiante, y presentación, discusión e ilustración práctica de alguna cuestión del Cuaderno de ejercicios o, incluso, nuevas, a propuesta del estudiante.

Para su correcto desarrollo, el estudiante deberá preparar por anticipado para cada tema el contenido del Cuaderno de ejercicios. Dependiendo de la actividad a realizar, los profesores podrán solicitar a los alumnos que durante la clase preparen y presente oralmente, o incluso por escrito, la solución de toda o parte de la tarea.

Por otra parte, algunas sesiones prácticas están orientadas a fomentar tanto la capacidad de *trabajo en equipo* de los estudiantes como su habilidad para presentar con claridad los conceptos clave de la asignatura y para argumentar y debatir en público sobre tales conceptos.

Con este fin, el profesor propondrá a los estudiantes la realización de un trabajo en grupo. Los estudiantes deben formar el grupo y elegir un tema de los propuestos en los "Ejercicios para resolución en grupo". Toda esta asignación se efectúa a través del Campus Virtual. En la primera semana se anunciará el tamaño del grupo y las fechas de las sesiones dedicadas a esta finalidad.

En una primera sesión se presentarán los objetivos del trabajo en grupo y se explicarán los criterios de evaluación. Posteriormente, en el resto de sesiones los alumnos discutirán con el profesor la solución adoptada y discutirán críticamente las soluciones presentadas por otros compañeros. Cada grupo presentará sus resultados ante el resto de estudiantes y entregará al profesor su solución por escrito. El alumno podrá obtener un máximo de 1,5 puntos por este trabajo en grupo.

d) *Sesiones de evaluación*

A lo largo del semestre se podrán realizar actividades de evaluación en las sesiones de clases expositivas

y en las prácticas de aula.

e) *Otras actividades*

Se propone a los estudiantes la asistencia a las conferencias y seminarios programados por la Facultad de Economía y Empresa y por el Departamento de Administración de Empresas, impartidos por expertos (empresarios, profesionales y directivos) tanto del mundo académico como empresarial. Alguna de las tareas de los alumnos en las clases prácticas pueden derivarse de estas conferencias.

Las **actividades no presenciales** se concretan en:

1. *Trabajo autónomo del estudiante*

Éste se puede clasificar en dos apartados: *i)* el estudio de los contenidos propuestos y analizados tanto en las clases expositivas como en las clases prácticas, y *ii)* la realización por anticipado de las actividades propuestas para las prácticas de aula.

2. *Trabajo en grupo*

Los alumnos deberán preparar un *trabajo en grupo* que será presentado y defendido ante el resto de compañeros. Dicho trabajo comprende: *i)* la búsqueda de información y el desarrollo del contenido (por escrito) de la actividad propuesta para el trabajo en grupo; *ii)* la discusión oral de las soluciones adoptadas con el profesor y *iii)* la exposición oral de dicho trabajo en el aula.

Las siguientes tablas resumen la información básica sobre el contenido y planificación de la asignatura. La tabla 1 muestra la distribución del total de horas entre actividades presenciales y no presenciales y la tabla 2 relaciona dicha distribución con los contenidos de la asignatura (por temas). La tercera tabla recoge el cronograma por semanas. En todos los casos se trata de fechas orientativas, de modo que pueden sufrir modificaciones en función del desarrollo efectivo de las clases.

Tabla 1

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18.67	40
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	28	18.67	
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas			
	Prácticas clínicas hospitalarias			
	Tutorías grupales			
	Prácticas Externas			
	Sesiones de evaluación	4	2.66	
No presencial	Trabajo en Grupo	20	13.33	60
	Trabajo Individual	70	46.67	
Total		150		

Tabla 2

		TRABAJO PRESENCIAL								TRABAJO NO PRESENCIAL		
<i>Temas</i>	<i>Horas totales</i>	<i>Clase Expositiva</i>	<i>Prácticas de aula /Seminarios / Talleres</i>	<i>Prácticas de laboratorio /campo de informática / aula de idiomas</i>	<i>Prácticas clínicas hospitalarias</i>	<i>Tutorías grupales</i>	<i>Prácticas Externas</i>	<i>Sesiones de Evaluación</i>	<i>Total</i>	<i>Trabajo grupo</i>	<i>Trabajo autónomo</i>	<i>Total</i>
T1 El problema de la organización económica	11	3	3						6		5	5
T2 Los costes de transacción	16	3	3						6		10	10
T3 Mecanismos de coordinación	15	3	2						6		10	10
T4 Mecanismos de salvaguarda I	19	5	4						9		10	10
T5 Mecanismos de salvaguarda II	24	5	4						9		15	15
T6 Diseño y control organizativo	2	1	0						1		1	1

T7 La evaluación y la compensación	6	2	1						3		3	3
T8 Las sociedades	14	3	3						6		8	8
T9 Las cooperativas	14	3	3						6		8	8
Trabajo en grupo	24		4						4	20		20
Prueba final	2							2	4			
Total	150	28	28				4	2	60	20	70	90

Semana	Clases presenciales	Trabajo del alumno
1	Tema 1	Selección y planificación trabajos Preparación Ej.Tema 1.
2	Tema 2/ Ejercicios Tema 1	Selección y planificación trabajos Preparación Ej.Tema 1.
3	Tema 2 / Ejercicios Tema 2	Preparación Ej.Tema 2 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.
4	Tema 3 / Ejercicios Tema 2	Preparación Ej.Tema 3 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.
5	Tema 3 / Ejercicios Tema 3	Preparación Ej.Tema 4 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.
6	Tema 4/ Ejercicios Tema 3	Preparación Ej.Tema 4 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.
7	Tema 4 / Ejercicios Tema 4	Preparación Ej.Tema 4 y 5 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.
8	Tema 5 /Ejercicios Tema 4	Preparación Ej.Tema 5 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.
9	Tema 5 /Ejercicios Tema 5	Preparación Ej.Tema 5 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.
10	Tema 5/ Ejercicios Tema 5	Preparación Ej.Tema 5 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.

11	Tema 6 y discusión de casos	Ejercicio individual y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.
12	Tema 7 / Ejercicios Tema 7 y discusión de casos	Preparación Ej.Tema 7 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo. Entrega caso individual.
13	Tema 8 / Ejercicios Tema 8 y discusión de casos	Preparación Ej.Tema 8 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.
14	Tema 9 / Ejercicios Tema 9 y discusión de casos	Preparación Ej.Tema 9 y ejercicio seleccionado como Caso Grupo.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de los resultados de aprendizaje consta de dos elementos:

1. Evaluación continua

A lo largo del semestre el alumno podrá obtener hasta 4 puntos repartidos de la siguiente forma:

- Hasta 1 punto a través de las pruebas de seguimiento y comprensión y de la participación en clase. Éstas últimas pueden adoptar tres modalidades, según el criterio del profesor:
 - Pruebas orales, que podrán plantearse en cualquiera de las clases expositivas del semestre.
 - Pruebas escritas, que podrán plantearse en cualquiera de las clases expositivas del semestre.
 - Cuestionarios implementados a través del Campus Virtual en cualquier momento del semestre, que el alumno deberá responder (mediante un único intento) en una ventana temporal y en un tiempo limitado fijado previamente por el profesor.
- Hasta 1,5 puntos de un trabajo individual del alumno. El profesor entregará un enunciado que cada alumno deberá resolver de forma autónoma y entregar por escrito la solución al profesor para su evaluación antes del 1 de diciembre. Se valorarán, i) calidad y adecuación de las soluciones presentadas, ii) la competencia y dominio del alumno en la aplicación de los conocimientos adquiridos al caso real presentado, iii) su competencia lingüística (escrita) para transmitir la información y discutir contenidos.
- Hasta 1,5 puntos de un trabajo en Grupo. El alumno deberá apuntarse para formar un grupo a/ *comienzo del cuatrimestre* y resolver uno de los ejercicios propuestos por el profesor. La fecha de entrega variará con el ejercicio elegido. Los alumnos tendrán que entregar al profesor un documento escrito con las soluciones a trabajo (que también podrá ser presentado en clase). Se valorarán i) calidad y adecuación de las soluciones presentadas, ii) la competencia y dominio del alumno en la aplicación de los conocimientos adquiridos al caso real presentado, iii) su competencia lingüística (oral) para transmitir la información y discutir contenidos.

2. Examen final

Una vez finalizado el semestre, se realizará un examen escrito sobre la totalidad de contenidos de la asignatura. La puntuación máxima de este examen es de 6 puntos.

Para superar la asignatura el estudiante debe obtener al menos 5 puntos a partir de los dos métodos

arriba expuestos (examen final y evaluación continua). La puntuación obtenida en la evaluación continua no se podrá recuperar en las convocatorias extraordinarias, pero se tendrá en cuenta en las tres convocatorias del curso académico: enero (ordinaria), mayo (extraordinaria adelantada) y/o julio (extraordinaria).

Los alumnos que opten por no participar en las actividades de evaluación continua antes señaladas y que son evaluadas, necesariamente, a lo largo del curso, podrán superar la asignatura en cualquier convocatoria ordinaria o extraordinaria (o en la extraordinaria adelantada) obteniendo una calificación de, al menos, 5 puntos en el examen final. Dicho examen final les permitirá obtener una puntuación máxima de 6 puntos.

Los estudiantes a tiempo parcial a los que se les haya reconocido el derecho a una evaluación diferenciada deberán ponerse en contacto con el profesor *a lo largo de la primera semana del semestre* para acordar la realización del trabajo individual y en grupo. Tendrán además una pregunta adicional en el examen final que deberán defender oralmente ante el profesor.

Cuadro resumen

Pruebas de evaluación	Peso en la calificación final (% ó puntos)
Evaluación continua <ul style="list-style-type: none"> • Pruebas de seguimiento y comprensión y participación en clase. • Trabajo en grupo • Trabajo individual 	1 (máximo) 1,5 (máximo) 1,5 (máximo)
Requisitos mínimos: No Las pruebas de seguimiento (orales, electrónicas o escritas) se realizarán de forma presencial en el horario de las clases expositivas, las prácticas de aula y/o las tutorías grupales.	
Examen Final Calificación máxima: Obligatorio: Sí	6 (máximo)

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Recursos

El estudiante debe conseguir el “Juego de diapositivas” de los nueve temas propuestos, que estarán a disposición de los alumnos en el Campus Virtual y en la Fotocopiadora del Centro.

También debe utilizar el “Cuaderno de ejercicios” de los temas y los “Ejercicios para resolución en grupo”, ambos disponibles en el Campus Virtual y en la Fotocopiadora del Centro.

Bibliografía básica

- ARRUÑADA SÁNCHEZ, B., 2013, Empresa, mercado e instituciones, Civitas-Thomson-Reuters. Pamplona.
- BRICKLEY, J., C. SMITH y J. ZIMMERMAN, 2005, Economía empresarial y arquitectura de la organización, McGraw-Hill, México D.F.
- MILGROM, P. y J. ROBERTS, 1993, Economía, organización y gestión de la empresa, Ariel economía, Barcelona.

Bibliografía complementaria

- COASE, R. H. (1988): The firm, the market, and the law, The University of Chicago Press, Chicago, traducido al castellano como La empresa, el mercado y la ley, Alianza Editorial, Madrid, 1994.
- GIBBONS, R. y J. ROBERTS (2013) (editores): *The Handbook of Organizational Economics*, Princeton University Press, Princeton.
- HUERTA ARRIBAS, E. (1993): La empresa: cooperación y conflicto, Eudema, Madrid.
- MACHO STADLER, I. y D. PÉREZ CASTRILLO (1994): Introducción a la economía de la información, Ariel, Barcelona.
- SALAS FUMÁS, V. (1996): Economía de la empresa: decisiones y organización, 2.ª Ed. Ariel, Barcelona.

A nivel informático, los únicos requisitos son acceso a internet, un procesador de textos y una hoja de cálculo. El alumno debe acceder regularmente al Campus Virtual (automático con la matrícula) y al correo electrónico corporativo puesto que es el medio de comunicación entre alumno y profesor.

Se recomienda poder presentar los documentos al profesor en pdf.

Todas estas aplicaciones están disponibles en las aulas de informática del Centro (el alumno debe consultar la disponibilidad en las propias aulas).

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Análisis Competitivo de la Empresa		CÓDIGO	GADEMP01-4-026
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES	EMAIL			
VENTURA VICTORIA JUAN BAUTISTA VICENTE		ventura@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL			
VENTURA VICTORIA JUAN BAUTISTA VICENTE		ventura@uniovi.es		
MARTINEZ NOYA ANDREA		noya@uniovi.es	(English Group)	

2. Contextualización

Esta es una asignatura optativa común a los grados de Administración de Empresas y de Economía. En el grado en Administración de Empresas pertenece al módulo de "Organización y Dirección" y a la materia "Fundamentos de Empresa". En el grado en Economía pertenece al módulo "Organización Empresarial" y la materia "Fundamentos de Empresa". Se imparte en el primer semestre y supone un complemento a los contenidos de varias asignaturas obligatorias previas relacionadas con el campo de la Dirección Estratégica de la Empresa y la Economía. El objetivo de la asignatura es analizar la dinámica de la interacción competitiva en los mercados y desarrollar habilidades para pensar estratégicamente.

3. Requisitos

No existen requisitos distintos a los que regulan la admisión a los grados para cursar la asignatura.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias genéricas

CG1: Capacidad de análisis y síntesis.

CG2: Capacidad de aprendizaje.

CG3: Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.

CG4: Conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés.

CG5: Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.

CG6: Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.

CG7: Capacidad para trabajar de forma autónoma.

CG8: Capacidad para trabajar en equipo.

CG10: Capacidad crítica y autocrítica.

CG11: Capacidad para tomar decisiones.

CG12: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

CG13: Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.

CG14: Iniciativa y espíritu emprendedor.

CG16: Capacidad de organizar y planificar.

CG17: Capacidad de negociación.

CG18: Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

CG19: Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

CG20: Contar con valores y comportamientos éticos.

Competencias específicas

CE1 (ADE; Economía): Conocer las realidades jurídica y social en las que se desenvuelven los mercados y las empresas.

CE3 (ADE) **CE7** (Economía): Comprender los mecanismos básicos de funcionamiento y estructura de los mercados.

CE5 (ADE) **CE6** (Economía): Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales.

CE7 (ADE) **CE4** (Economía): Plantear, analizar y resolver modelos matemáticos en el ámbito económico-empresarial.

CE10 (ADE): Realizar la planificación estratégica de la empresa.

CE20 (ADE) **CE17** (Economía): Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.

Resultados de aprendizaje

- Identificar los factores internos y del entorno que configuran la estrategia competitiva de la empresa.
- Conocer las formas de competencia entre empresas en distintos mercados y describir los problemas competitivos en forma de juegos.
- Adquirir habilidades para pensar estratégicamente en el ámbito competitivo.

5. Contenidos

Programa abreviado

Tema 1. Introducción al análisis competitivo de la empresa

Tema 2. Teoría de juegos

Tema 3. Revisión de los modelos de mercado

Tema 4. Barreras de entrada

Tema 5. Rivalidad y colusión

Programa detallado y objetivos de aprendizaje

Tema 1. Introducción al análisis competitivo de la empresa

1.1. Introducción

1.2. Competencia y competidores

1.3. Comportamiento estratégico

1.4. Efecto industria/ Efecto empresa

Objetivos de aprendizaje

- Entender cómo delimitar los límites de un mercado de cara al análisis competitivo
- Entender el significado de interdependencia competitiva y comportamiento estratégico
- Entender las fuerzas que condicionan el comportamiento competitivo y los resultados en un mercado

Bibliografía básica:

- González E. y J. Ventura (2013), *Análisis Competitivo de la Empresa*, Lulu.
- Ventura, J. (2008), *Análisis Estratégico de la Empresa*, Thomson Paraninfo, Madrid.
- Besanko D., Dranove D., Shanley M. and S. Schaefer (2013), *Economics of Strategy*, 6th Ed., International Student Version, John Wiley & Sons.

Tema 2. Teoría de juegos

2.1. Introducción a la teoría de juegos

2.2. Juegos estáticos

2.3. Juegos dinámicos

2.4. Juegos repetidos

2.5. Limitaciones de la teoría de juegos

Objetivos de aprendizaje:

- Representar la interacción competitiva en forma de juegos
- Desarrollar habilidades para decidir de manera racional en un juego competitivo
- Resolver juegos aplicando las reglas de la teoría de juegos y sus soluciones de equilibrio
- Interpretar los resultados de los juegos y sus implicaciones sobre el comportamiento estratégico
- Pensar estratégicamente. Anticipar los movimientos futuros de un juego

Bibliografía básica:

- González E. y J. Ventura (2013), Análisis Competitivo de la Empresa, Lulu.
- Dixit A., Reiley, D. and S. Skeath (2009), Games of Strategy, 3rd Ed., W.W. Norton & Co.
- Dixit A. and B. Nalebuff (2010), El Arte de la Estrategia: La Teoría de Juegos, Guía del Éxito en sus Negocios y en su Vida, Antoni Bosch.

Tema 3. Revisión de los modelos de mercado

3.1. Introducción a los modelos de competencia

3.2. El mecanismo competitivo

3.3. Poder de monopolio

3.4. Interdependencia estratégica y oligopolio

3.5. Complementarios y sustitutivos estratégicos

Objetivos de aprendizaje:

- Calcular e interpretar índices de concentración
- Evaluar la estructura de un mercado
- Entender las variables que regulan la interacción competitiva en diferentes escenarios
- Entender las implicaciones de competir con complementarios o sustitutivos estratégicos
- Desarrollar la habilidad para resolver los modelos básicos de competencia entre empresas, a partir de los cuales emergerán modelos más complejos en futuros temas y cursos

Bibliografía básica:

- González E. y J. Ventura (2013), Análisis Competitivo de la Empresa, Lulu.
- Besanko D., Dranove D., Shanley M. and S. Schaefer (2013), Economics of Strategy, 6th Ed., International Student Version, John Wiley & Sons.

Tema 4. Barreras de entrada

4.1. Introducción

4.2. Barreras estructurales

4.2.1. Ventajas en costes

4.2.2. Ventajas en diferenciación

4.3. Barreras estratégicas

4.3.1. Excesos de capacidad

4.3.2. Activos específicos

4.3.3. Precio límite

4.3.4. Precios predatorios

4.3.4. Proliferación de productos

Objetivos de aprendizaje:

- Identificar las variables que condicionan las reacciones de las empresas incumbentes ante intentos de entrada de nuevos competidores
- Anticipar las reacciones más probables de las empresas incumbentes
- Identificar las estrategias que las empresas incumbentes pueden utilizar para enviar señales de hostilidad
- Evaluar la credibilidad de las promesas y amenazas relacionadas con la entrada utilizando herramientas de teoría de juegos
- Pensar estratégicamente, anticipando los resultados más probables

Bibliografía básica:

- González E. y J. Ventura (2013), *Análisis Competitivo de la Empresa*, Lulu.
- Besanko D., Dranove D., Shanley M. and S. Schaefer (2013), *Economics of Strategy*, 6th Ed., International Student Version, John Wiley & Sons.
- Douma S. and H. Schreuder (2008), *Economic Approaches to Organizations*, 4th Ed., Prentice Hall.

Tema 5. Rivalidad y colusión

5.1. Introducción

5.2. Factores determinantes del grado de rivalidad

5.3. Colusión explícita

5.4. Colusión tácita

5.4.1. Análisis formal de la colusión tácita

5.4.2. Condicionantes de la colusión tácita

Objetivos de aprendizaje:

- Conocer los factores que condicionan la rivalidad en un mercado
- Evaluar los factores que determinan la viabilidad de la colusión en un mercado
- Identificar estrategias que facilitan la colusión
- Pensar estratégicamente sobre la dinámica de la interacción competitiva
- Conocer los elementos más comunes presentes en los acuerdos explícitos de colusión

Bibliografía básica:

- González E. y J. Ventura (2013), Análisis Competitivo de la Empresa, Lulu.
- Besanko D., Dranove D., Shanley M. and S. Schaefer (2013), Economics of Strategy, 6th Ed., International Student Version, John Wiley & Sons.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de enseñanza y aprendizaje se basa en actividades de tipo presencial y no presencial.

Actividades presenciales:

- Clases expositivas para introducir y desarrollar los conocimientos básicos de la asignatura, así como los conceptos y fundamentos necesarios para su comprensión. Se basan en presentaciones en el aula con soporte audiovisual. Los alumnos cuentan con una bibliografía básica que les ayuda a seguir y asimilar los contenidos de estas sesiones.

- Prácticas de aula que permitirán aclarar y comprender el alcance práctico de los contenidos de la materia, así como la resolución de ejercicios. Tienen un carácter participativo, ya que se basarán en la discusión de casos, resolución de ejercicios prácticos y realización de debates, entre otras actividades. En estas sesiones los alumnos podrán elaborar y defender argumentos, así como resolver problemas o cuestiones básicas relacionadas con las materias cubiertas en cada tema.

Actividades no presenciales:

- Trabajo autónomo del estudiante principalmente centrado en el estudio de los contenidos impartidos en las clases y en la preparación de las prácticas de aula con antelación a la realización de las mismas.

- Trabajo en equipo relacionado con posibles tareas que se puedan pedir a los alumnos para su

realización en el aula y que requiera de trabajo en grupo con otros compañeros.

A través del Campus Virtual de la Universidad de Oviedo, los alumnos podrán acceder a todo el material e información necesarios para un adecuado seguimiento de la asignatura.

A continuación se incluye un cronograma que detalla las actividades previstas. Se trata de una aproximación orientativa que puede ser modificada levemente en función del desarrollo efectivo de cada grupo.

ACTIVIDADES		Horas	%	Total
Presenciales	Clases expositivas	28	18.6	60
	Prácticas de aula	28	18.6	
	Evaluación	4	2.6	
No presenciales	Trabajo en grupo	10	6.6	90
	Trabajo autónomo	80	53.3	
Total		150		

Semana	Actividades presenciales	Trabajo del estudiante
1	Presentación de la asignatura	Revisión de la guía docente
	Tema 1	Estudiar Tema 1
2	Tema 1	Estudiar Tema 1
		Preparar seminario del Tema 1
3	Tema 2	Estudiar Tema 2
4	Tema 2	Estudiar Tema 2
		Preparar seminario del Tema 2
5	Tema 2	Estudiar Tema 2
		Preparar seminario del Tema 2
6	Tema 3	Estudiar Tema 3
		Preparar seminario del Tema 3

7	Tema 3	Estudiar Tema 3 Preparar seminario del Tema 3
8	Tema 3	Estudiar Tema 4 Preparar seminario del Tema 4
9	Tema 4	Estudiar Tema 4 Preparar seminario del Tema 4
10	Tema 4	Estudiar Tema 4 Preparar seminario del Tema 4
11	Tema 4 Tema 5	Estudiar Tema 4 Estudiar Tema 5 Preparar seminario del Tema 4
12	Tema 5	Estudiar Tema 5 Preparar seminario del Tema 5
13	Tema 5 Resumen general	Preparar seminario del Tema 5 Course general overview
Periodo de exámenes		Preparar examen final

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La calificación final, en todas las convocatorias, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40%. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación sí se conservará en dichas convocatorias. La evaluación continua pretende valorar el nivel de conocimientos adquiridos por el alumno en cada momento del tiempo. Habida cuenta de su carácter acumulativo, que requiere que se vaya demostrando a lo largo del semestre que se van alcanzando ciertos objetivos de aprendizaje, la evaluación continua no es recuperable.

Para superar la asignatura el estudiante debe obtener una calificación de, al menos, 5 puntos, suma de todas las puntuaciones obtenidas a través de la evaluación continua y del examen final, en el que es necesario, además, obtener una puntuación mínima de 2 (sobre 6 puntos).

La siguiente tabla sintetiza el sistema de evaluación, tanto para la convocatoria ordinaria, como para las extraordinarias:

Tabla resumen

Evaluación	Actividades y pruebas	Peso en la calificación final (%)
Evaluación continua	<p>Actividad 1: los alumnos deben completar varias tareas de manera individual y/o en equipo. Para poder obtener la evaluación, el estudiante debe: (I) completar cada tarea, (II) entregar personalmente el trabajo por escrito al docente, y (III) participar en la discusión de aula sobre la tarea. El docente informará sobre las fechas para la entrega y discusión de cada tarea. Se espera una participación activa del estudiante en las prácticas de aula.</p>	20
	<p>Actividad 2: Realizar una prueba escrita a mitad de la asignatura</p>	20
Examen final	Constará de varias preguntas de teoría a desarrollar, así como varios ejercicios prácticos para resolver.	60

El sistema de evaluación para los alumnos que hayan solicitado y tengan derecho a una evaluación diferenciada consistirá en un único examen final con puntuación máxima de 10. El alumno deberá comunicar al profesor su situación al inicio de curso. Este examen consistirá en una prueba escrita (mismo día y hora que el examen ordinario) que comprenderá:

1. las mismas preguntas (tanto teóricas como prácticas) de la evaluación ordinaria con puntuación máxima de 6 puntos.
2. una o dos preguntas adicionales de carácter práctico similares a las realizadas en la evaluación continua con puntuación máxima de 4 puntos.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Recursos

El curso está disponible en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo, donde se irán colgando materiales como las diapositivas, casos, lecturas, ejercicios, recursos multimedia, etc. También se utilizará el Campus Virtual para comunicar información sobre las tareas, las fechas en que deben ser entregadas, así como cualquier otra información académicamente relevante.

Manual del curso en español

- o González E. y J. Ventura (2013), *Análisis Competitivo de la Empresa*, Lulu.

Manual del curso en inglés

- o Besanko D., Dranove D., Shanley M. and S. Schaefer (2013), *Economics of Strategy*, 6th Ed., International Student Version, John Wiley & Sons.

Bibliografía complementaria

- o Dixit A. and B. Nalebuff (2010), *El Arte de la Estrategia: La Teoría de Juegos, Guía del Éxito en sus Negocios y en su Vida*, Antoni Bosch.
- o Dixit A., Reiley, D. and S. Skeath (2009), *Games of Strategy*, 3rd Ed., W.W. Norton & Co.
- o Douma S. and H. Schreuder (2008), *Economic Approaches to Organizations*, 4th Ed., Prentice Hall.
- o Ventura, J. (2008), *Análisis Estratégico de la Empresa*, Thomson Paraninfo, Madrid.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Contabilidad Directiva	CÓDIGO	GADEMP01-4-027
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	N° TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Machado Cabezas Ángel	machado@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Machado Cabezas Ángel	machado@uniovi.es		

2. Contextualización

La Contabilidad es un sistema o modelo de información sobre la realidad económica de las empresas, que tiene por objeto elaborar, procesar y comunicar información útil para que los diferentes usuarios puedan conocer la realidad económica de la empresa y adoptar decisiones correctas dentro de sus respectivos ámbitos de actuación..

La razón de ser de la Contabilidad se encuentra en la capacidad que pueda tener para ofrecer información útil de la realidad que estudia. Este marcado carácter instrumental, unido a la diversidad de sus posibles usuarios, hace que resulte conveniente desarrollar subsistemas contables específicos, capaces de cubrir las exigencias particulares de grupos de usuarios con necesidades y características comunes.

Surgen así los subsistemas contables destinados a usuarios externos e internos a la empresa. La asignatura Contabilidad Directiva se encuadra en el módulo de Contabilidad, en concreto en la materia Sistemas de Información para la Gestión. Dentro del grado de Administración y Dirección de Empresas, la asignatura Contabilidad Directiva supone en gran medida una continuación de la asignatura Contabilidad de Costes de segundo curso de Administración y Dirección de Empresas y de la asignatura Análisis y Control de Gestión del grado de Economía, ampliando los conocimientos expuestos en ellas e introduciendo nuevos contenidos, destinados a ofrecer información a usuarios internos o decisores de la empresa.

En el grado de Economía, la asignatura Contabilidad Directiva, por un lado ayuda a fijar conceptos básicos de Contabilidad Financiera, de Costes y de Análisis y Control de Gestión, poniendo de manifiesto la utilidad de las mismas como proveedoras de información útil para la toma de decisiones. Adicionalmente, complementa desde una perspectiva más empírica los conocimientos teóricos adquiridos principalmente en Microeconomía I y Microeconomía II y los de Economía de la Empresa.

El principal papel de esta asignatura consiste en mostrar al estudiante una serie de modelos y técnicas de gestión que le permitirán emplear la información previamente obtenida en procesos de análisis y toma de decisiones. Se trata de elaborar información útil para poder afrontar problemas de gestión y análisis de situaciones, similares a las que el alumno encontrará en el mundo de la empresa.

Las materias que se abordan en esta asignatura se relacionan estrechamente con diversos aspectos vinculados principalmente a asignaturas de Dirección de Empresas, Finanzas, Análisis y Control de Gestión y Microeconomía I y II.

3. Requisitos

3. Requisitos.

El adecuado seguimiento de esta asignatura exige haber superado la asignatura de Contabilidad de Costes en el caso de los alumnos del grado de Administración de Empresas y la de Análisis y Control de Gestión en el caso de los alumnos del grado de Economía, dado que buena parte de la información que se elabora en dichas asignaturas es la que se emplea como input en los modelos de toma de decisiones que se analizan ahora.

Igualmente, es conveniente conocer los modelos de Análisis Económico que se imparten en asignaturas relacionadas con Matemáticas y Estadística.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias genéricas

Las competencias genéricas de Contabilidad Directiva se pueden dividir en tres bloques:

a) Instrumentales

1. Demostrar capacidad para el análisis y la síntesis.
2. Buscar y analizar la información proveniente de diversas fuentes.
3. Desarrollar la capacidad de comunicación escrita.
4. Fomentar facultades de organización y planificación.
5. Demostrar capacidad para la toma de decisiones. Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.
6. Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación.
7. Capacidad para trabajar de forma autónoma.
8. Capacidad para trabajar en equipo.
9. Aplicar los procesos metodológicos usuales en la resolución de problemas.

b) Interpersonales

1. Desarrollar la capacidad crítica y autocrítica.
2. Asumir la importancia del compromiso ético en el trabajo
3. Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.
4. Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.
5. Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

c) Sistémicas

1. Demostrar capacidad de aprendizaje autónomo.
2. Aplicar los conocimientos en la práctica.
3. Lograr facultades de adaptación a nuevas situaciones.

Competencias específicas

El objetivo fundamental de la asignatura es saber elaborar información útil para la dirección, es decir, mostrar al alumnado diferentes modelos y herramientas que le permitirán procesar y transformar el conjunto de datos técnicos y económicos que se generan en la empresa en informaciones útiles para la toma de decisiones en los diversos ámbitos que configuran la gestión de la misma.

Se persigue también que el estudiante reconozca e interprete las posibles soluciones alternativas que puedan existir ante un problema, las compare y aprenda a elegir aquella que resulte más conveniente en cada situación.

Al finalizar el estudio de esta materia, el alumno debería ser capaz de alcanzar las siguientes competencias específicas:

1. Analizar los márgenes de contribución como punto de partida para el estudio de la relación coste-volumen-beneficio (CVB).
2. Aplicar el análisis CVB en diferentes situaciones de producción.
3. Planificar la producción de la empresa de modo que se maximicen los beneficios.
4. Diferenciar y aplicar los sistemas de costes completos y costes variables.
5. Organizar la información económica para elaborar el presupuesto maestro de la empresa, tanto rígido como flexible.
6. Calcular costes estándares y relacionarlos con la planificación y control de la actividad operativa.
7. Organizar y coordinar los datos económicos de una empresa para integrarlos en un sistema de información capaz de ayudar a la dirección en la implantación de las estrategias planteadas.
8. Utilizar diferentes modelos para la adopción de decisiones no rutinarias referidas al producto.
9. Ser capaz de considerar conjuntamente información financiera y no financiera dentro de un modelo único que es el Cuadro de mando Integral, que facilite la gestión de la empresa.

5. Contenidos

5. Contenidos.

- **Programa abreviado:**

Tema 1. Análisis coste-volumen-beneficio

Tema 2. Sistemas de costes completos y variables

Tema 3. Presupuestos y costes estándares

Tema 4. La información y el proceso de toma de decisiones

Tema 5. El cuadro de mando integral

- **Programa detallado y objetivos de aprendizaje**

Tema 1.- Análisis Coste-Volumen-Beneficio

Contenidos:

- 1.1.- Introducción. Hipótesis de trabajo
- 1.2.- Punto de equilibrio para un único producto
- 1.3.- Planificación de beneficios. El margen de seguridad
- 1.4.- Análisis CVB en situaciones de producción múltiple
- 1.5.- Otros ejemplos de aplicación del análisis CVB
- 1.6.- Limitaciones del análisis CVB. Optimización

Objetivo General:

En este tema se analizan las relaciones entre las variables coste, volumen (nivel de actividad o ventas) y beneficio (CVB) con el objetivo de elaborar informes destinados a la dirección que, basados en dicho análisis, apoyen la toma de decisiones.

Objetivos Específicos:

- Explicar en qué consiste el análisis Coste-Volumen-Beneficio así como las principales decisiones que puede tomar la dirección de la empresa a partir de su estudio.
- Enumerar las hipótesis en las que se basa el análisis Coste-Volumen-Beneficio.
- Interpretar los conceptos margen de contribución, ratio del margen de contribución, ratio de costes variables, margen de seguridad, ratio del margen de seguridad y ratio del beneficio.
- Deducir el modelo del punto de equilibrio así como su adaptación a la planificación de beneficios para empresas mono productoras.
- Deducir el modelo del punto de equilibrio así como su adaptación a la planificación de beneficios para empresas con producción múltiple.
- Aplicar el análisis Coste Volumen Beneficio en la toma de distintas decisiones: selección de procesos productivos, proyectos con costes semifijos, alternativa fabricación-subcontratación.
- Explicar las limitaciones del análisis Coste-Volumen Beneficio.
- Establecer la planificación de la producción de una empresa cuando existe uno o más recursos escasos.

- Interpretar los conceptos tasa marginal de sustitución y precio sombra.

Tema 2.- Sistemas de costes completos y variables

Contenidos:

- 2.1.- Introducción
- 2.2.- Comparación entre los métodos de costes completos y variables
- 2.3.- Ventajas e inconvenientes de los sistemas de costes variables

Objetivo General:

Este tema estudia las diferencias entre los sistemas de costes completos y variables mostrando las ventajas que puede presentar elaborar informes de rentabilidad basados en costes variables.

Objetivos Específicos:

- Explicar la diferencia entre el sistema de costes completos y el sistema de costes variables.
- Formular la cuenta de resultados utilizando el sistema de costes completos y el sistema de costes variables.
- Interpretar los conceptos tasa de aplicación de costes fijos y ajuste por variación en volumen.
- Deducir el resultado obtenido en un sistema de costes variables a partir del obtenido en un sistema de costes completos y viceversa.
- Describir las ventajas e inconvenientes del empleo de un sistema de costes variables.

Tema 3.- Presupuestos y costes estándares

Contenidos:

- 3.1.- Concepto y objetivos de los presupuestos
- 3.2.- Ventajas y limitaciones de los presupuestos
- 3.3.- Presupuesto General o Presupuesto Maestro
- 3.4.- Planificación financiera: estados financieros previsionales
- 3.5.- Elaboración de los estándares
- 3.6.- Cálculo y análisis de desviaciones
- 3.7.- Tratamiento de las desviaciones

Objetivo General:

Este tema se dedica al estudio del presupuesto empresarial y los pasos que se siguen en su elaboración, así como en el diseño de un sistema de costes estándares mostrando su utilidad para el control de la gestión empresarial.

Objetivos Específicos:

- Definir el concepto de presupuesto y sus objetivos.
- Identificar las ventajas y limitaciones de los presupuestos.
- Explicar los distintos presupuestos que elabora la empresa y cómo se organizan para confeccionar el Presupuesto General o Maestro.
- Diferenciar entre presupuestos operativos y financieros.
- Formular el Presupuesto General Anual de una empresa.
- Distinguir entre las técnicas presupuesto rígido y flexible.
- Definir el concepto de coste estándar y sus objetivos.
- Explicar los principales pasos para la elaboración de costes estándares diferenciando entre costes directos e indirectos.
- Interpretar el concepto de desviación en costes.
- Deducir, calcular e interpretar las desviaciones en costes, diferenciando entre costes directos e indirectos y fijos y variables.
- Explicar los ajustes que deben hacerse para eliminar las cuentas que recogen las desviaciones en el sistema contable.

Tema 4.- La Información y el Proceso de Toma de Decisiones

Contenidos:

4.1.- Introducción

4.2.- Información y Toma de Decisiones

4.2.1. Costes e ingresos relevantes

4.2.2. Metodología para la adopción de diferentes tipos de decisiones

Objetivo general:

Este tema sintetiza aspectos ya tratados en capítulos anteriores, integrándolos en el diseño de un sistema de información para la toma de decisiones. Se revisan los procesos necesarios para transformar los datos sobre costes e ingresos en información adecuada para la adopción de decisiones no rutinarias.

Objetivos Específicos:

- Definir los costes relevantes e irrelevantes en la toma de decisiones.
- Identificar los costes e ingresos relevantes para la toma de las decisiones de producto (a baja y a alta capacidad) y de fijación de precios.
- Saber elegir los costes e ingresos que hay que tener en cuenta (y cuales no) al tomar diferentes decisiones empresariales.

Tema 5.- El Cuadro de Mando Integral

Contenidos:

5.1.- Necesidades informativas en el entorno empresarial actual

5.2.- Importancia de la estrategia en la empresa

5.3.- Factores clave en la gestión empresarial

5.4.- El Cuadro de Mando Integral.

5.4.1. Análisis de las perspectivas de la empresa

5.4.2. Los mapas estratégicos

5.4.3. Indicadores de causa y efecto

5.3- Implantación y desarrollo del Cuadro de Mando Integral

Objetivo general:

Se pretende que el alumno conozca el potencial del Cuadro de Mando Integral como herramienta de gestión y sobre todo como herramienta de implantación de la estrategia de la empresa.

Objetivos específicos

- Recabar y sistematizar información técnica y económica que permita cuantificar los objetivos estratégicos de la empresa.
- Evaluar las medidas de actuación necesarias, a través de indicadores de resultado, que es preciso llevar a cabo para lograr los objetivos estratégicos.
- Realizar el diagnóstico de la situación de la empresa a través de un conjunto de indicadores de gestión de resultado.
- Identificar las perspectivas concretas de cada empresa y los indicadores de causa y de resultado más adecuados para cada una de ellas.
- Elaborar el conjunto de indicadores y de relaciones entre ellos que permitan desarrollar el Cuadro de Mando Integral de una organización, de acuerdo con sus objetivos estratégicos y con el entorno en el que se desarrolla su gestión

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología de enseñanza-aprendizaje utilizada en la asignatura Contabilidad Directiva se basa en la combinación de actividades presenciales y no presenciales, incentivando en todo caso la participación activa del alumno, mediante la introducción de elementos de diálogo y argumentación a lo largo de las clases, con la intención de evaluar su comprensión y seguimiento respecto a los temas explicados.

En esta disciplina la teoría y la práctica forman un conjunto perfectamente integrado, de tal forma que no es admisible el planteamiento de un método didáctico sin tener en consideración la práctica como parte integrante del mismo, en la cual se intenta poner al alumno en contacto con la realidad y la confrontación de los conocimientos teóricos.

Los materiales didácticos básicos empleados en la explicación de la asignatura están recogidos en la bibliografía. Todos los manuales se pueden encontrar en la Biblioteca de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Oviedo. Además del material anterior, el profesor pone a disposición de los alumnos otros contenidos útiles para el estudio de la asignatura a través del Campus Virtual.

La asignatura Contabilidad y Control de Gestión está disponible en el aula "Campus Virtual". El alumno puede acceder a los siguientes contenidos:

1. El programa de la asignatura.
2. Presentaciones de los contenidos teóricos resumidos por tema.
3. Los enunciados de la colección de supuestos prácticos.

Por otra parte, el Campus Virtual se utiliza como canal de comunicación a través de correo electrónico y foros.

En esta asignatura la teoría y la práctica están interrelacionadas, de tal forma que a la explicación de cada tema teórico le sucede la realización de supuestos prácticos.

En las clases prácticas se pretende primar la comunicación entre los estudiantes y entre los estudiantes y el profesor. Se realizan prácticas de tablero en las que los alumnos adquieren un papel activo, pudiendo detectar las dudas y lagunas que puedan haber surgido.

Periódicamente se revisa el cronograma para detectar y corregir posibles desfases.

Se detalla a continuación la metodología de trabajo propuesta en esta asignatura, la cual aparece clasificada en las siguientes actividades:

- **Actividades presenciales: 60 horas**

– *Clases expositivas*. Se utilizará el modelo de “lección magistral”, sobre todo en las clases teóricas, al ofrecer la posibilidad al profesor de incidir en lo más importante de cada tema, dominar el tiempo de exposición y presentar una determinada forma de trabajar y estudiar la asignatura. En todo caso se fomentará la participación activa del alumno.

– *Prácticas de aula*. Se utilizará el “modelo participativo”, ya que se pretende primar la comunicación entre los estudiantes, así como entre los estudiantes y el profesor.

– *Sesiones de evaluación*. Pruebas escritas teóricas y prácticas empleadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- **Actividades no presenciales: 90 horas**

– *Trabajo autónomo del estudiante*. Está formado por tres tipos de actividades: el estudio teórico de contenidos relacionados con las “clases teóricas”, el estudio práctico relacionado con las “clases prácticas” y, en su caso, los trabajos prácticos o preparación de actividades para entregar en las clases.

Seguidamente se resumen las horas de cada actividad:

CONTABILIDAD CONTROL GESTIÓN	Y DE	Actividad	Horas	Horas (%)
Actividades presenciales		Clases expositivas	28	60(40%)
		Prácticas de aula	28	
		Sesiones de evaluación	4	
Actividades presenciales	no		90	90 (60%)
TOTAL			150	150 (100%)

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Para valorar los resultados del aprendizaje se utilizará:

1.- Evaluación continua. A través de ella se analizan las diferentes etapas por las que atraviesa el aprendizaje del alumno pudiendo obtenerse para las mismas resultados parciales. Este tipo de evaluación se articulará mediante la participación activa del alumno en actividades presenciales, la realización de pruebas objetivas de seguimiento y cuestiones teóricas y prácticas, la resolución de casos, ejercicios y supuestos prácticos, los comentarios de lecturas y otros materiales. Cuando la actividad del alumno provoque un anormal desarrollo de las clases o dificulte el avance de las mismas se tendrá en cuenta negativamente en la evaluación continua del alumno

2.- Examen final. Se trata de la valoración global realizada al final del proceso de aprendizaje, donde se cuantifica y evalúa dicho proceso mediante una calificación. Su finalidad básica será la de medir el nivel

del alumno al término de la asignatura. Incluirá parte teórica y práctica.

Sistema de calificaciones

La calificación final, en la convocatoria ordinaria del curso, será una media ponderada de las calificaciones obtenidas en la evaluación continua y el examen final, con una ponderación de la evaluación continua del 40 %. Las pruebas de evaluación continua no se repetirán en las convocatorias extraordinarias, en las cuales la nota será la del examen final.

Tabla resumen 1

Convocatorias	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinaria	Evaluación continua + Examen final	Evaluación continua: 40% Examen final: 60%
Extraordinaria	Examen final	100%

La calificación total de la evaluación continua (4 puntos sobre 10) se podrá obtener del modo siguiente:

- En el desarrollo de las clases presenciales se realizarán, dos pruebas, el alumno podrá obtener un máximo de 1,5 puntos por prueba.
Si la prueba a realizar fuera tipo test se penalizarán las respuestas mal contestadas.
- Se realizará algún pequeño trabajo o ejercicio fuera del aula, se valorarán las intervenciones, aportaciones y resolución de cuestiones y ejercicios en el desarrollo de las clases presenciales. La puntuación máxima por todos estos conceptos será de 1 punto.

La asignatura se considerará aprobada cuando la calificación final obtenida sea igual o superior a cinco puntos (sobre 10).

Los estudiantes acreditados a tiempo parcial con **evaluación diferenciada** serán evaluados, únicamente a través del examen final en el que podrán obtener una calificación de 10 puntos en todas las convocatorias. El examen de cada convocatoria será en la misma fecha para todos los alumnos.

Tabla resumen 2

Evaluación del aprendizaje	Actividades y pruebas	Calificación máxima (sobre 10)
Evaluación continua	<ul style="list-style-type: none"> • En las clases expositivas: tres pruebas. 	3

	<ul style="list-style-type: none"> En las clases expositivas o fuera de ellas: intervención de los alumnos 	1
Examen final	Prueba escrita con cuestiones teóricas y ejercicios prácticos.	6 en ordinaria; 10 en extraordinarias

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

- Bibliografía básica:**

- García Suárez, J. L. (COORD); Arias Álvarez, A. M.; García Cornejo, B.; Machado Cabezas, A. y Pérez Méndez, J. A. (2013): Cálculo, Análisis y Gestión de Costes. Guía Práctica Para Su Aplicación en la Empresa, 2ª edición, Ediciones Delta, Madrid.
- García Suárez, J. L. (COORD); Arias Álvarez, A. M.; García Cornejo, B.; Machado Cabezas, A. y Pérez Méndez, J. A. (2014): Cálculo de Costes y Control de Gestión. 70 Casos de Aplicación, 1ª edición revisada, Ediciones Delta, Madrid.

- Bibliografía parte práctica:**

- BLANCO, I. AIBAR, B y RÍOS, S. L. (2001): Contabilidad de costes. Cuestiones, supuestos prácticos resueltos y propuestos, Prentice Hall, Madrid.
- RIPOLL, V.M. y BALADA, T.J. (2005): Información de costes para la toma de decisiones empresariales, Ediciones Gestión 2000.
- VEUTHEY, E., MUÑOZ, C. I., ZORNOZA y J. (2000): Introducción a la contabilidad de costes para la gestión. Curso práctico, Civitas, Madrid.

- Bibliografía complementaria:**

- AECA (1992): El proceso presupuestario en la empresa, Principios de Contabilidad de Gestión, Documento nº 4, Madrid.
- Alonso Mollar, E. (2004): "El cuadro de mando integral en una pequeña empresa", Harvard Deusto Finanzas y Contabilidad, núm. 60, pp. 54-61.
- Amat i Salas, O., y Dowds, J. (1998): "Qué es y cómo se construye el cuadro de mando integral", Harvard-Deusto Finanzas y Contabilidad, núm. 22, pp. 22-26.
- BACKER, M.; JACOBSEN, L; y RAMÍREZ PADILLA, D. (1983): Contabilidad de costes. Un enfoque administrativo para la toma de decisiones, McGraw Hill, México.
- Ballvé, A. M. (2002): Cuadro de Mando. Organizando información para crear valor, Gestión 2000, Barcelona.
- BREALEY, R. y MYERS, S. (1988): Fundamentos de financiación empresarial, Cap. 25, McGraw Hill, Madrid.
- Dávila, A. (1999): "El cuadro de mando integral", Revista Antiguos Alumnos IESE, septiembre, pp. 34-42.
- DAVILA, A. (1999): El cuadro de mando integral, Revista Antiguos Alumnos IESE, septiembre,

pp. 34-42.

- García Suárez, J. L.; Arias Álvarez, A. M., y Machado Cabezas, A. (1999): "Metodología para el diseño e implantación de un sistema de información de gestión para PYMES", Revista Española de Financiación y Contabilidad, vol. XXVIII, núm. 102, pp. 1.101-1.144.
 - HANSEN, D.R. y MOWEN, M.M. (2003): Administración de Costos. Contabilidad y Control, Paraninfo, Madrid
 - Headley, J. (1998): "Aspectos prácticos de la implantación del cuadro de mando integral", Harvard-Deusto Finanzas y Contabilidad, núm. 22, pp. 35-41.
 - HORNGREN, Ch. T. y FOSTER, G. (2007): Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial, Prentice-Hall Hispano Americana, México, decimosegunda edición.
 - Kaplan, R. S., y Norton, D. P. (1992): "The balanced scorecard. Measures that drive performance", Harvard Business Review, vol. 70, núm. 1, pp. 71-79.
 - Kaplan, R. S., y Norton, D. P. (1997): Cuadro de Mando Integral (The Balanced Scorecard), Gestión 2000, Barcelona.
 - Kaplan, R. S., y Norton, D. P. (2000): Mapas estratégicos. Convirtiendo los activos intangibles en resultados tangibles, Gestión 2000, Barcelona.
 - López Viñegla, A. (1999): "Pasos para elaborar el cuadro de mando", Estrategia Financiera, núm. 149, pp. 4-14.
 - LÓPEZ, A. y MENÉNDEZ, M. (1990): Curso de contabilidad interna, AC, Madrid.
 - MALLO, C.; KAPLAN, R. S.; MELJEM, S. y JIMÉNEZ, C. (2000): Contabilidad de costes y estratégica de gestión, Prentice Hall, Madrid, 2000.
 - MALLO, C.; MIR, F.; REQUENA, J.M. y SERRA, V. (1994): Contabilidad de gestión, Ariel, Barcelona.
 - Olive, N. G.; Roy, J., y Wetter, M. (2000): Implantando y gestionando el cuadro de mando integral (Performance drivers), Gestión 2000, Barcelona.
 - OLVEE, N. G.; ROY, J. y WETTER, M. (2000): Implantando y Gestionando el cuadro de mando integral (Performance drivers), Gestión 2000, Barcelona.
 - POLIMENI, R. S., FABOZZI, F. J. y ADELBERG, A. H. (1989): Contabilidad de costes. Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales, McGraw Hill, México D.F.
 - RAYBURN, L.G. (1987): Contabilidad de costos, Centrum, Madrid.
 - ROSANAS MARTI, J. M. (1999): Contabilidad de costes para la toma de decisiones, Desclee de Brouwer, Bilbao.
 - Vega García, M. (1998): "Diseño e implantación del cuadro de mando integral", Estrategia Financiera, núm. 138, pp. 6-13.
- **Enlaces web:**

nismo	Página Web
tered Institute of Management Accountants (CIMA)	www.cimaglobal.com
iación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)	www.aeca.es
nced Scorecard Collaborative	www.bscol.com
lro De Mando (Universidad De Zaragoza)	cuadrodemando.unizar.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Análisis Estadístico de Datos		CÓDIGO	GADEMP01-4-028
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0	
PERIODO	Segundo Semestre	IDIOMA	Español Inglés	
COORDINADOR/ES		EMAIL		
RAMOS CARVAJAL MARIA DEL CARMEN		cramos@uniovi.es		
PROFESORADO		EMAIL		
RAMOS CARVAJAL MARIA DEL CARMEN		cramos@uniovi.es		
LANDAJO ALVAREZ MANUEL		landajo@uniovi.es	(English Group)	
Fernández Vázquez Esteban		evazquez@uniovi.es	(English Group)	

2. Contextualización

NOMBRE	Análisis Estadístico de Datos		CÓDIGO	GADEMP01-4-028 / GECONO01-4-002
TITULACIÓN	Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) / Economía	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa	
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CRÉDITOS	6	
PERIODO	2º semestre	IDIOMA	Español/Inglés	
MÓDULO		Métodos cuantitativos		
MATERIA		Estadística		
COORDINADOR/ES		TELÉFONO /EMAIL	UBICACIÓN	
Carmen Ramos Carvajal		985105054 cramos@uniovi.es	Planta 2ª, Ala 4 despacho nº 14	

La estadística juega un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad, de ahí que su enseñanza se incluya en los grados en Administración y Dirección de Empresas (ADE) y Economía de las universidades españolas y europeas.

Los estudios de Estadística se organizan en los grados de ADE y Economía de la Universidad de Oviedo

a través de un conjunto de asignaturas de formación básica, obligatorias y optativas.

Así, en el segundo semestre de 1º se imparte la asignatura denominada *Introducción a la Estadística Económica*, con un programa idéntico en los grados de ADE, Economía, Contabilidad y Finanzas, y Relaciones Laborales y Recursos Humanos. En ella se presentan las principales herramientas de la estadística descriptiva y de la estadística económica.

En el 2º curso se imparten las asignaturas *Métodos Estadísticos para la Empresa* (en ADE) y *Métodos Estadísticos y Económicos* (en Economía), en las que se estudian contenidos de cálculo de probabilidades e inferencia estadística.

Además de la interrelación entre las asignaturas de estadística propiamente dichas y, como consecuencia natural de su papel de materia instrumental en el plan de estudios, los conocimientos que proporcionan estas materias son utilizados en otras asignaturas más específicas del grado.

Por otra parte, los estudios de estadística continúan en los cursos tercero y cuarto de la titulación. En el tercer curso figura la asignatura de *Econometría*, dedicada a la estimación y contraste de modelos econométricos, y en cuarto aparece la asignatura optativa *Análisis Estadístico de Datos*.

El objetivo global de la asignatura *Análisis Estadístico de Datos* es dar a conocer un conjunto de herramientas estadísticas habituales en el contexto económico, con el objetivo de que el alumno pueda resolver problemas reales de obtención y análisis de datos. Asimismo, la asignatura aborda un conjunto de técnicas estadísticas, tanto univariantes como multivariantes, orientadas al control de calidad y la toma de decisiones en el ámbito económico-empresarial.

3. Requisitos

Como prerrequisito para cursar esta asignatura es necesario un conocimiento básico de la estadística descriptiva y de la inferencia estadística.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

En esta asignatura se introduce un conjunto de herramientas estadísticas habituales en el contexto empresarial, con el objetivo de que el alumno pueda resolver problemas reales de obtención y análisis de datos.

• 1-Competencias genéricas o transversales

En esta asignatura se desarrollarán las siguientes competencias genéricas:

Competencias Instrumentales:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Comunicación oral y escrita en la propia lengua.
- Habilidades básicas de manejo del ordenador.
- Habilidades de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas).
- Resolución de problemas.

- Toma de decisiones.

Competencias interpersonales:

- Capacidad crítica y autocrítica.

Competencias sistémicas:

- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Habilidades de investigación.
- Diseño y gestión de proyectos.

- **2-Competencias específicas de la materia**

Los contenidos incluidos en el programa y la metodología docente desarrollada tienen como objetivos específicos que los estudiantes que cursen la asignatura sean capaces de:

- Diseñar encuestas muestrales.
- Desarrollar el trabajo de campo vinculado a una encuesta.
- Procesar la información de una encuesta mediante las aplicaciones informáticas adecuadas.
- Realizar un análisis exploratorio de los datos procedentes de una encuesta.
- Identificar y utilizar las herramientas adecuadas para llevar a cabo análisis estadísticos tanto univariantes como multivariantes a partir de los datos procedentes de una encuesta.
- Efectuar un control estadístico de la calidad de un proceso.
- Elaborar el informe final de una investigación estadística, tanto en lo referente a la etapa del diseño y la aplicación de técnicas como al establecimiento de las principales conclusiones del estudio.

5. Contenidos

PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE ENCUESTAS

Tema 1: Encuestas muestrales

Tema 2: Determinación del tamaño muestral

SEGUNDA PARTE: CONTROL ESTADÍSTICO DE CALIDAD

Tema 3: Introducción al control estadístico de calidad

TERCERA PARTE: ANÁLISIS MULTIVARIANTE

Tema 4: Contrastes de comparación de poblaciones: Análisis de la Varianza

Tema 5: Reducción del número de variables: Análisis de componentes principales

Tema 6: Asociación y representación de tablas de contingencia: Análisis de correspondencias

				as								
1	11,5	4	0,5	2					6,5		5	5
2	15,5	4	1	2,5					7,5		8	8
3	16,5	4	2	2,5					8,5		8	8
4	20	4	1	3					8		12	12
5	17,5	4	0,5	2					6,5		11	11
6	18	4	1	2					7		11	11
7	19	4	1	2					7		12	12
Examen final	32								9	9	23	23
Total	150	28	7	16					9	60	90	90
(%)		18,67	4,67	10,67					6,0	40,0	60,0	60,0

La docencia del segundo semestre del curso se organiza en 14 semanas. A continuación se presenta un cronograma orientativo de la asignatura.

Semana	Trabajo presencial	Trabajo no presencial
1	Presentación de la asignatura	Estudio tema 1
	Tema 1.- Encuestas muestrales	Consulta de materiales
2	Tema 1.- Encuestas muestrales	Estudio tema 1
		Consulta de materiales
3	Tema 2.- Determinación del tamaño muestral	Estudio tema 2
		Consulta de materiales
4	Tema 2.- Determinación del tamaño muestral	Estudio tema 2
		Consulta de materiales

5	Tema 2.- Determinación del tamaño muestral	Estudio tema 2 Consulta de materiales
6	Tema 3.- Introducción al control estadístico de calidad	Estudio tema 3 Consulta de materiales
7	Tema 3.- Introducción al control estadístico de calidad	Estudio tema 3 Consulta de materiales
8	Tema 4.- Contrastes de comparación de poblaciones: Análisis de la Varianza	Estudio tema 4 Consulta de materiales
9	Tema 4.- Contrastes de comparación de poblaciones: Análisis de la Varianza	Estudio tema 4 Consulta de materiales
10	Tema 45- Reducción del número de variables: Análisis de componentes principales	Estudio tema 4 Consulta de materiales
11	Tema 5.- Reducción del número de variables: Análisis de componentes principales	Estudio tema 5 Consulta de materiales
12	Tema 6.- Asociación y representación de tablas de contingencia: Análisis de correspondencias	Estudio tema 6 Consulta de materiales
13	Tema .6- Asociación y representación de tablas de contingencia: Análisis de correspondencias	Estudio temas 6 Consulta de materiales
14	Tema 7.- : Análisis de conglomerados	Estudio tema 7 Consulta de materiales Preparación examen final

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación de la asignatura se basa en dos elementos:

- 1) **Evaluación continua**, mediante la que se valorará el esfuerzo y el trabajo desarrollados por el estudiante a lo largo del curso a través de diferentes tipos de actividades individuales.
- 2) **Examen final**, que consistirá en una prueba de conjunto, por medio de la cual se valorarán los conocimientos teóricos adquiridos por el estudiante y su capacidad de aplicación de las herramientas estadísticas estudiadas al análisis y resolución de problemas en el ámbito

económico y empresarial

Sistema de calificación

La calificación final se obtendrá en todas las convocatorias de la asignatura aplicando los siguientes criterios:

- Si la nota obtenida en el examen final alcanza un mínimo de 3 puntos sobre 10, la calificación final se calculará mediante una media ponderada de las calificaciones obtenidas en el examen final (60%) y la evaluación continua (40%).
- En caso de no alcanzar el mínimo de 3 puntos en el examen final, la calificación final será la puntuación obtenida en el examen.

Evaluación diferenciada

En el caso de los estudiantes que se acojan al sistema de evaluación diferenciada, el examen final mantendrá el requisito mínimo de 3 puntos sobre 10 y el peso del 60% en la calificación final. Las actividades de evaluación continua realizadas por los estudiantes a tiempo completo a lo largo del cuatrimestre serán sustituidas por una prueba con cuestiones teórico-prácticas sobre los distintos contenidos del programa.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Los principales recursos didácticos de la asignatura están disponibles en el Campus Virtual www.campusvirtual.uniovi.es (presentaciones, casos prácticos, documentación complementaria, etc).

Las referencias que pueden ser de ayuda para la preparación de la asignatura, son las siguientes:

Bibliografía básica

HAIR, J.F. y otros (2001): Análisis multivariante. Ed. Prentice Hall.

NEWBOLD, P.; CARLSON, W.; THORNE, B. (2008): Estadística para Administración y Economía. Ed. Prentice Hall.

Bibliografía complementaria

AMOR PULIDO, R. y otros (2005): Control estadístico de calidad. Ed. Grupo editorial universitario Granada.

LOHR, S (2000): Muestreo: Diseño y análisis. Ed. Paraninfo

MONTGOMERY, D, (2009). Control estadístico de calidad. Ed. Limusa Noriega, 3ª Ed.

PÉREZ, R.; LÓPEZ, A.J. (1997): Análisis de datos económicos II. Métodos inferenciales. Ed. Pirámide.

Software

Las prácticas de la asignatura se realizarán con hoja de cálculo y un programa estadístico para el tratamiento de datos.

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Derecho Administrativo	CÓDIGO	GADEMP01-4-029
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO	Facultad de Economía y Empresa
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CREDITOS	6.0
PERIODO	Primer Semestre	IDIOMA	Español
COORDINADOR/ES	EMAIL		
Nicolás Lucas Asunción	anicolas@uniovi.es		
PROFESORADO	EMAIL		
Nicolás Lucas Asunción	anicolas@uniovi.es		

2. Contextualización

2. Contextualización

Según lo previsto en las Memorias de Verificación de los Grados en Administración y Dirección de Empresas y de Economía, la importancia decisiva del trabajo humano en los ámbitos económico, político y cultural, así como la complejidad de este fenómeno, hacen surgir la necesidad de aproximarse al mismo desde muy distintas perspectivas científicas: jurídica, económica, psicológica, sociológica, etc.

Partiendo, en consecuencia, de unos conocimientos básicos en las disciplinas científicas mencionadas, y dentro del **MÓDULO Marco jurídico y sistema fiscal**, la **asignatura "Derecho Administrativo"** - perteneciente a la **MATERIA de Derecho Público**- que se imparte en el cuarto curso del Grado, ofrece una aproximación esencialmente teórica al concepto, evolución histórica y al sistema de fuentes, así como a la estructura organizativa del poder ejecutivo y, por tanto a las Administraciones Públicas que lo integran a todos los niveles, completado todo ello con los modos de actuación de las Administraciones Públicas y los mecanismos de impugnación de dicha actuación.

A su vez, los conocimientos básicos alcanzados en esta asignatura permitirán la mejor comprensión de otras asignaturas de ámbitos académicos diversos al estrictamente jurídico y que también deberán ser cursadas por los alumnos de la titulación

3. Requisitos

3. Requisitos

No se exigen requisitos previos para cursar la asignatura, salvo los generales exigidos para la titulación. En todo caso, sería conveniente respetar la temporalidad fijada en el Plan de estudios.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

4. Competencias y resultados de aprendizaje

De conformidad con lo expuesto en la Memoria de Verificación del Grado en Administración y Dirección de Empresas, las competencias que deben alcanzar los estudiantes, una vez cursada la asignatura Derecho Administrativo, estarían relacionadas con las siguientes **competencias generales**:

- Capacidad de análisis y síntesis (CG1)
- Capacidad de aprendizaje (CG2)
- Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito del trabajo (CG5).
- Capacidad para trabajar de forma autónoma (CG7).
- Capacidad para trabajar en equipo (CG8).
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica (CG12).
- Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito del trabajo (CG21).
- Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito del trabajo (CG22 y CG23).

Las **competencias específicas** que los alumnos deberán adquirir en esta materia son:

- Conocer las realidades jurídica y social en las que se desenvuelven los mercados y las empresas (CE1).
- Comprender el entorno económico-institucional y su impacto en las decisiones empresariales (CE5)
- Conocer y aplicar el marco normativo regulador de las Administraciones Públicas.
- Capacidad de transmitir y comunicarse por escrito y oralmente usando la terminología propia de las Administraciones Públicas.
- Capacidad para seleccionar y gestionar información y documentación administrativa.
- Capacidad para asesorar y/o gestionar en materia de Administraciones Públicas.
- Capacidad de representación técnica en el ámbito administrativo.
- Aplicar los conocimientos sobre la actividad de las Administraciones Públicas a la práctica.

Resultados de aprendizaje:

RA8.3: Conocer la estructura del poder ejecutivo en sus diferentes niveles de organización territorial e instrumental, su ámbito de aplicación y sus formas de administración.

RA8.4: Identificar las formas de actuación y el procedimiento de la Administración Pública, así como las posibilidades de participación que tiene el ciudadano.

RA8.5: Interpretar normas, textos y otros materiales jurídicos.

RA8.6: Analizar críticamente soluciones jurídicas predeterminadas.

RA8.7: Proponer, defender y argumentar soluciones jurídicas.

RA8.8: Aplicar los conocimientos adquiridos a la solución de problemas o supuestos prácticos sobre las materias del programa.

5. Contenidos

5. Contenidos.

Se analiza el concepto, sistema de fuentes del Derecho Administrativo y una introducción a la organización de las Administraciones Públicas. También se estudia el Procedimiento Administrativo, el Acto Administrativo. Se finaliza con el estudio de los Recursos administrativos y el control jurisdiccional de la Administración.

Estos contenidos se organizan del siguiente modo:

El ordenamiento jurídico-administrativo.

Lección 1. El concepto del Derecho Administrativo.

Lección 2. El principio de legalidad y el sistema de fuentes en el Derecho Administrativo.

Lección 3. La Constitución como norma jurídica.

Lección 4. La Ley y las normas con fuerza de Ley.

Lección 5. El Reglamento.

La organización administrativa.

Lección 6. Aspectos generales de la organización administrativa.

Lección 7. La organización de la Administración del Estado.

Lección 8. Las Comunidades Autónomas.

Lección 9. La Administración local.

La acción administrativa.

Lección 10. Los actos administrativos.

Lección 11. El procedimiento administrativo.

Lección 12. El control de la legalidad de la actuación de la Administración en la vía administrativa.

Lección 13. El proceso contencioso-administrativo.

6. Metodología y plan de trabajo

6. Metodología y plan de trabajo.

Para el desarrollo de cada tema de la asignatura se impartirán las oportunas sesiones utilizando las clases teóricas con el apoyo de medios audiovisuales y fomentando la participación activa de los/las estudiantes. El objetivo es proporcionar en la sesiones los conocimientos necesarios que permitan la asimilación de los contenidos de cada tema expuesto. Se facilitará a los/las estudiantes la información precisa para acceder a la bibliografía y documentos complementarios de carácter teórico y práctico. También se indicarán los trabajos a desarrollar de forma individual o en grupo.

En las clases prácticas se resolverán supuestos prácticos planteados previamente para su resolución por

el alumno autónomamente, se harán lecturas jurídicas dirigidas a la comprensión práctica que se comentarán en grupo, y se trabajará en grupos más reducidos para responder a cuestiones o trabajos concretos que se susciten por el profesor.

La asignatura tiene una carga de 6 créditos ECTS, lo que supone 150 horas de trabajo para los/las estudiantes. De conformidad con lo dispuesto en el Plan Docente, el desglose sería el siguiente:

Clases expositivas: 28 horas

Prácticas de Aula/Seminarios/Talleres: 28 horas

Evaluación: 4 horas

Trabajo no presencial: 90 horas

MODALIDADES		Horas	%	Totales
Presencial	Clases Expositivas	28	18,67%	
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	28	18,67%	
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas			
	Prácticas Externas			
	Sesiones de evaluación	4	2,66%	
No presencial	Trabajo en Grupo	20	13,33%	
	Trabajo Individual	70	46,67%	
	Total	150		

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

La evaluación se llevará a cabo mediante la realización de un examen teórico final escrito. La nota obtenida en el examen supondrá un 60% de la nota final, siendo necesario haber obtenido un 5 en el examen (60%=3 puntos) para valorar la asistencia y los trabajos.

El 40% restante de la nota se configurará de los siguientes elementos:

- Un 15% vendrá determinado por la asistencia y participación en clase. Para obtener el máximo de puntuación por este concepto deberá asistirse, al menos, al 90% de las clases presenciales de la asignatura, a medida que disminuya dicho porcentaje de asistencia se reducirá proporcionalmente el porcentaje a tener en cuenta para la nota final. Por debajo del 50% de asistencia este concepto no es computable.
- Los alumnos/as que, por causas justificadas y debidamente acreditadas, no pudieran asistir con regularidad a las clases, deberán ponerlo en conocimiento del profesor al inicio del curso académico, con el fin de que se establezcan las actividades adicionales que se les exigirán para suplir las ausencias.

- El 25% restante corresponderá a la realización de los trabajos encomendados por el profesor. Por debajo del 50% de entregas este concepto no es computable.

Los porcentajes señalados se mantendrán para la convocatoria ordinaria del curso académico. A aquellos alumnos que no se presenten en la convocatoria ordinaria y hayan superado la evaluación continua, se les guardará la nota para las convocatorias extraordinarias del curso académico.

En las convocatorias extraordinarias se realizará un examen teórico escrito y un examen práctico tanto para los alumnos que no han seguido el sistema de evaluación continua, como para aquellos alumnos que no hayan llegado a esos porcentajes del 50% computables en asistencia y prácticas.

Evaluación diferenciada: se realizará un examen global de la asignatura escrito y un examen práctico.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria.

Manuales para consulta:

-GARCIA DE ENTERRIA, E.; FERNANDEZ, T.R., *Curso de Derecho Administrativo*, vol. I, Thomson-Aranzadi.

-PARADA, R., *Derecho Administrativo. Parte general*. Edit. Tecnos. Madrid.

-SANTAMARÍA PASTOR, J.A. *Fundamentos de Derecho Administrativo*. Iustel. Madrid.

-ENTRENA CUESTA, R. *Curso de Derecho Administrativo*. Tecnos. Madrid.

- SANCHEZ MORON, M., *Derecho Administrativo. Parte General*, Tecnos, Madrid.

- A estos manuales básicos hay que añadir un Código de Leyes administrativas actualizado que el alumno deberá manejar a lo largo del curso. Se podría mencionar:

-MARTIN REBOLLO, L., *Leyes Administrativas*, Thomson-Aranzadi.

-También pueden encontrarse recopilaciones más reducidas en las editoriales Civitas o Tecnos.

Cada año suelen publicarse nuevas ediciones de estas obras, siendo preciso utilizar la última edición actualizada a la fecha de inicio del curso.

Para la preparación de la asignatura el alumno puede hacer uso, igualmente, de diversos recursos electrónicos y bases de datos:

-Boletín Oficial del estado: www.boe.es

-Principado de Asturias y Boletín Oficial del Principado de Asturias: www.asturias.es

-Congreso de los Diputados: www.congreso.es

-Senado: www.senado.es

-Tribunal Constitucional: www.tribunalconstitucional.es

-Administraciones públicas en general: www.060.es

-Ministerio de Política Territorial y Administración Pública: www.mpt.gob.es

-Instituto Nacional de Administración Pública: www.inap.map.es

En la página web de la Biblioteca de la Universidad de Oviedo pueden consultarse también diversas bases de datos jurídicas, con doctrina, legislación y jurisprudencia actualizadas. Entre ellas cabe destacar la de Aranzadi.

Por último, los alumnos deberán utilizar otros materiales didácticos que el profesor pondrá a su disposición.



