

**GUIA DEL
ESTUDIANTE
2012-2013**

**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	1
FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN	2
Estructura	2
Departamentos	2
Órganos de gobierno	4
CALENDARIO ACADÉMICO	6
ORGANIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS	7
Objetivos generales	7
PLAN DE ESTUDIOS	9
Ordenación temporal de los estudios	9
ASIGNATURAS DE PRIMER CURSO	16
Derecho Empresarial	16
Economía de la Empresa I	21
Informática	24
Introducción al Cálculo	26
Macroeconomía I	29
Inglés para la Administración y Dirección de Empresas I	32
Contabilidad I	35
Economía de la Empresa II	38
Macroeconomía II	40
Matemática Intermedia	42
Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa I	45
ASIGNATURAS DE SEGUNDO CURSO	48
Inglés para la Administración y Dirección de Empresas II	48
Contabilidad II	51
Economía Española y Mundial	54
Introducción al Análisis de Datos	58
Microeconomía I	60
Sistemas de Gestión de la Información I	62
Inglés para la Administración y Dirección de Empresas III	64
Dirección Financiera I	66
Economía de la Empresa III. Recursos Humanos	69
Estadística	71
Historia Económica Mundial	73
Microeconomía II	76
Sistemas de Gestión de la Información II	78
ASIGNATURAS DE TERCER CURSO	80
Contabilidad de Costes	80
Dirección Comercial I	82
Dirección Financiera II	84
Econometría I	87
Matemáticas de las Operaciones Financieras	89
Contabilidad III	91
Derecho Laboral	94
Econometría II	96
Economía Internacional e Integración Europea	98
ASIGNATURAS DE CUARTO CURSO	100
Dirección Comercial II	100
Dirección Estratégica I	102
Derecho Tributario	104
Política Económica	107
Dirección Estratégica II	109
Prácticas Externas	112
Trabajo de Fin de Grado	114

OPTATIVAS	116
Análisis de Estados Contables	116
Análisis de Inversiones	118
Auditoría	119
Comercio Electrónico	122
Contabilidad Directiva	128
Conflictos y Relaciones Internacionales	130
Consolidación de Estados Contables	131
Convergencia Mediática	133
Creación de Empresas	135
Dirección de Operaciones	137
Estrategia y Nuevos Modelos de Negocio	139
Estrategias de Comunicación Global	142
Gestión de Cartera	145
Investigación de Mercados	147
Investigación Operativa I	149
Liderazgo y Habilidades Directivas	150
Marketing Internacional	151
Mercados Financieros	153
Simulación Empresarial	154
Sistema Tributario Español	156
Técnicas de Comercio Exterior	158

PRESENTACIÓN

Esta Guía te proporciona la información imprescindible para planificar el curso con acierto, además de darte referencia de todos los servicios y posibilidades que te ofrece la Facultad.

Los titulados y tituladas de nuestra facultad están notablemente satisfechos tanto de los resultados como de la buena inserción profesional que obtienen curso tras curso. Esto nos estimula aún más a mejorar tanto como sea posible nuestra oferta educativa, nuestros servicios y nuestra organización.

A nivel académico, los planes de estudio ofrecen optatividad para que puedas configurar el itinerario curricular que más encaje con tus características e intereses. Sin embargo, es preciso que conozcas los perfiles de los diversos tipos de asignaturas antes de tomar decisiones que afecten a tu matriculación.

Un año más, quisiéramos aprovechar esta presentación para animarte a sacar el máximo provecho de las actividades formativas y de los servicios que ponemos a tu alcance: la posibilidad de realizar prácticas en empresas, la oportunidad de hacer estancias de estudios en el extranjero en el marco de los programas de intercambio internacional que tenemos al efecto, el derecho de recurrir a las tutorías que te hemos asignado, la eventualidad de ampliar tu formación en idiomas más allá de las asignaturas obligatorias de la carrera, la capacidad de sacar todo el partido de los recursos informáticos y audiovisuales a tu alcance...

Esperamos, en definitiva, que aprovecharás al máximo tu paso por la Facultad de Empresa y Comunicación de la Universidad de Vic para que, al final, tu periodo de estudios haya sido lo más agradable y satisfactorio posible.

Con este objetivo trabajamos y estamos a tu disposición.

FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN

Estructura

La Facultad de Empresa y Comunicación de la Universidad de Vic imparte 11 titulaciones:

- Diplomatura de Ciencias Empresariales
- Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas
- Licenciatura de Comunicación Audiovisual
- Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas
- Licenciatura de Periodismo
- Doble titulación de Administración y Dirección de Empresas - Publicidad y Relaciones Públicas (en cinco años)
- Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Periodismo
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas - Publicidad y Relaciones Públicas (en seis años)

La gestión ordinaria en el gobierno de la Facultad corresponde al decanato, que delega las cuestiones de organización docente en el jefe o la jefa de estudios.

La Facultad se estructura en decanato, jefatura de estudios, coordinación de estudios, departamentos, áreas funcionales y secretaría. El decanato es el máximo órgano de gobierno de la Facultad; la jefatura de estudios vela por la organización académica de las enseñanzas; los coordinadores de estudios velan por la organización de cada titulación; los departamentos son las agrupaciones de profesores de una misma área disciplinaria; las áreas funcionales, con los coordinadores correspondientes, son ámbitos de desarrollo de nuevos proyectos, de apoyo a la docencia y de vinculación con el entorno, y la secretaría da el apoyo administrativo.

El decanato, la jefatura de estudios, los coordinadores de estudios y la secretaría de la Facultad están situados en la cuarta planta del edificio F1.

Las áreas funcionales de la Facultad de Empresa y Comunicación son:

- Relaciones Internacionales
- Formación Continua
- Prácticas

Departamentos

- Departamento de Comunicación
- Departamento de Economía y Empresa
- Departamento de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

Departamento de Economía y Empresa

- Alejandra Aramayo García
- Núria Arimany Serrat
- Joan Bou i Geli
- Jordi Casas Vilaró
- Enric Casulleras Ambròs
- Ariadna Codina Ylla

- Jose A. Corral Marfil
- Josefina Damian Castellví
- Ramon Fabre Vernedes
- José L. García Domingo
- Ferran Gustau Jaén Coll
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafael Madariaga Sánchez
- Joan Carles Martori Cañas
- Ramon Oller Piqué
- Elisabet Paxau Tura
- Anna M. Pérez Quintana
- M. Antònia Pujol Famadas
- Anna M. Roma Vilanova
- Anna Sabata Aliberch
- Josep Terradellas Cirera
- Robert Vendrell Cirera
- Xavier Vicente Soriano
- Carme Viladecans Riera
- Jesús Vinyes Vila

Departamento de Comunicación

- Eva Arderiu Pi
- Oreste Attardi Colina
- Jordi Badia Perea
- Mar Binimelis Adell
- Xavier Carmaniu Mainadé
- Eva Caro Domínguez
- Montse Casas Arcarons
- Irene Colom Valls
- Carme Colomina Salo
- Ruth Contreras Espinosa
- Xavier Docampo Sellarès
- Óscar Fernández Ferrer
- Efraín Foglia Romero
- Maria Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila
- Joan Frigola Reig
- Oriol Gifra Durall
- Arnau Gifreu Castells
- Irene García Medina
- Xavier Ginesta
- Daniel Gómez Cañete
- Zahaira González Romo
- Santiago Jordán Ávila
- Diego Linares Romera
- Guillem Marca Frances
- Raúl Martínez Corcuera
- Eulàlia Massana Molera
- Santos Mateos Rusillo
- Henry Naranjo Pérez
- Héctor Navarro Guere
- Julio Panizo Alonso
- Hugo Pardo Kuklinski

- Cristina Perales García
- Rosa Pons Cerdà
- Jordi Ribot Puntí
- Francisco Roma Casanovas
- Jordi Serrat Manén
- Sergi Solà Saña
- Jordi Trassierra Rodríguez
- Clara de Uribe Gil
- Marc Vaillo Daniel
- Conrad Xalabarder Voltas

Departamento de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

- Josep Burgaya Riera
- Gonçal Calle Rosingana
- Ignasi Coll Parra
- Jordina Coromina Subirats
- Eusebi Coromina Pou
- Montse Corrius Gimbert
- M. Carme Crivillés Grau
- Jordi de San Eugenio Vela
- Josefina Domènech Rierola
- Sandra Ezquerro Samper
- Amèlia Foraster Serra
- Miquel Genís Serra
- Josefina Guix Soldevila
- Teresa Julio Giménez
- Félix Jurado Escobar
- Manuel Llanas Pont
- Irene Llop Jordana
- Enric Martín Tubau
- Anna Masferrer Giralt
- Joan Masnou Suriñach
- Daniel Nicholls
- Anna M. Palomo Chinarro
- Dolors Palomo Chinarro
- Àngels Pinyana Garriga
- Santi Ponce Vivet
- Pere Quer Aiguadé
- Llorenç Soldevila Balart
- Lourdes Vilardell Bujons

Órganos de gobierno

La gestión ordinaria en el gobierno y administración de la Facultad corresponde al Consejo de Dirección, constituido por los siguientes cargos:

Decano

- Xavier Ferràs Hernández

Adjunta al decano para la Innovación Docente

- Eulàlia Massana Molera

Adjunta al decano para la Investigación y Transferencia de Conocimiento y coordinadora de los estudios de Empresa

- Anna Sabata Aliberch

Jefe de Estudios

- Xavier Vicente Soriano

Coordinador de Periodismo

- Xavier Ginesta Portet

Coordinador de Publicidad y Relaciones Públicas

- Carles Grau Bartrina

Coordinadora de Comunicación Audiovisual

- Anna Palomo Chinarro

Directores de Departamento

- Jordi de San Eugenio Vela. Director del Departamento de Comunicación
- Josep Lluís Garcia Domingo. Director del Departamento de Empresa y Economía
- Llorenç Soldevila Balart. Director del Departamento de Lenguas, Ciencias Sociales y Jurídicas

Coordinador académico de Relaciones Internacionales

- Pere Morera

Delegado de Investigación

- Ramon Oller

Responsable del Área de Prácticas

- Dolors Vinyet

CALENDARIO ACADÉMICO

Calendario académico 2012-2013

Docencia:

- Las 36 semanas del curso académico se distribuirán entre el 6 de septiembre y el 2 de julio.
- Las 30 semanas de docencia se distribuirán entre el 6 de septiembre y el 4 de junio.

Docencia del 1.º cuatrimestre:

- Del 26 de septiembre al 25 de enero

Docencia del 2.º cuatrimestre:

- Del 20 de febrero al 6 de junio
- Los estudios de Máster y de Formación Continua podrán alargar estos periodos

Vacaciones de Navidad:

- Del 22 de diciembre de 2012 al 5 de enero de 2013, ambos inclusive

Vacaciones de Semana Santa:

- Del 25 de marzo al 1 de abril de 2013, ambos inclusive

Días festivos:

- Viernes 12 de octubre de 2012 - El Pilar
- Sábado 13 de octubre de 2012 - No lectivo
- Jueves 1 de noviembre de 2012 - Todos los Santos
- Viernes 2 de noviembre de 2012 - Puente
- Sábado 3 de noviembre de 2012 - No lectivo
- Jueves 6 de diciembre de 2012 - La Constitución
- Viernes 7 de diciembre de 2012 - Puente
- Sábado 8 de diciembre de 2012 - La Purísima
- Martes 23 de abril de 2013 - Sant Jordi
- Miércoles 1 de mayo de 2013 - Fiesta del trabajo
- Lunes 20 de mayo de 2013 - Segunda Pascua (fiesta local pendiente de aprobación)
- Lunes 24 de junio de 2013 - San Juan
- Viernes 5 de julio de 2013 - Fiesta Mayor (fiesta local)
- Miércoles 11 de septiembre de 2013 - Diada de Cataluña

Observación: Este calendario está supeditado a la publicación de las fiestas locales, autonómicas y estatales

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS

Objetivos generales

Formar profesionales capaces de desarrollar tareas de gestión, asesoramiento y evaluación en las organizaciones productivas. Estas tareas se pueden desarrollar en el ámbito global de la organización o en cualquiera de sus áreas funcionales: producción, recursos humanos, financiación, comercialización, inversión, administración o dirección. El graduado debe conocer la articulación de todas estas áreas funcionales con los objetivos generales de la unidad productiva, y de estos con el contexto global de la economía, y estar en condiciones de contribuir con su actividad al buen funcionamiento y a la mejora de los resultados. Concretamente, debe saber identificar y anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar la información, seleccionar y motivar a las personas, tomar decisiones, alcanzar los objetivos propuestos y evaluar resultados. Se trata, pues, de un dominio que abarca todo tipo de herramientas y conocimientos necesarios para la dirección y la administración de las empresas sin olvidar los conocimientos y experiencias necesarios para la creación de nuevas empresas.

Formar profesionales con una visión global del mundo empresarial y con los instrumentos necesarios para su desarrollo, como las terceras lenguas y la gestión de datos.

Facilitar la inserción laboral tanto en la empresa privada como en la empresa pública, así como en las entidades financieras, gabinetes profesionales, los cuerpos de los diferentes niveles de la administración pública o bien el ejercicio profesional independiente. La formación profesional de cara al mercado que garantizan estos perfiles se refuerza por la existencia de un equilibrio entre las asignaturas teóricas y prácticas a lo largo del Grado.

Por otra parte, los alumnos realizarán durante el último curso un periodo de prácticas obligatorio en empresas para facilitar su acercamiento al mundo profesional.

Los objetivos específicos del título de Grado en Administración y Dirección de Empresas se pueden concretar en objetivos de formación y aprendizaje de los siguientes conocimientos teóricos:

- a) Sobre la naturaleza de la empresa y su relación con el entorno económico inmediato, nacional e internacional (teoría básica de la empresa, modelos de teoría económica, realidad económica nacional e internacional, fundamentos teóricos de la toma de decisiones, elementos básicos de contabilidad, ordenamiento jurídico básico).
- b) Sobre métodos y técnicas de dirección y organización de empresas (dirección estratégica, política y estrategia comercial, dirección financiera, recursos humanos, sistemas de información).
- c) Sobre materias instrumentales (matemáticas, estadística, econometría, e inglés).

Dentro de los objetivos del Grado se garantizará que los estudiantes hayan adquirido el carácter de experto, de persona práctica, con habilidades claras, experimentada en su campo, que pueda abordar problemas de gestión con criterios profesionales y con el manejo de instrumentos técnicos.

Por ello, finalizados los estudios del Grado, el estudiante será capaz de:

- Gestionar y administrar una organización de pequeño tamaño, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
- Integrarse en cualquier área funcional de una organización mediana o grande y desarrollar con facilidad cualquier tarea de gestión que se le encomiende.
- Valorar, a partir de los registros relevantes de información, la situación y previsible evolución de una organización.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de organizaciones y mercados.
- Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la organización.
- Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.
- Entender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía.

- Derivar de los datos información relevante imposible de reconocer por los no profesionales.
- Utilizar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en el ejercicio profesional.
- Leer y comunicarse en más de una lengua, especialmente en inglés.
- Aplicar el análisis de los problemas bajo criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.
- Comunicarse con fluidez con su entorno y trabajar en equipo.

PLAN DE ESTUDIOS

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica	60
Obligatoria	132
Optativa	30
Trabajo de Fin de Grado	6
Prácticas Externas	12
Total	240

Ordenación temporal de los estudios

PRIMER CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Derecho Empresarial	6,0	Formación Básica
Economía de la Empresa I	6,0	Formación Básica
Informática	6,0	Formación Básica
Introducción al Cálculo	6,0	Formación Básica
Macroeconomía I	6,0	Formación Básica

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Inglés para la Administración y Dirección de Empresas I	6,0	Formación Básica
Contabilidad I	6,0	Obligatoria
Economía de la Empresa II	3,0	Obligatoria
Macroeconomía II	4,5	Obligatoria
Matemática Intermedia	4,5	Obligatoria
Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa I	6,0	Formación Básica

SEGUNDO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Inglés para la Administración y Dirección de Empresas II	6,0	Obligatoria
Contabilidad II	6,0	Obligatoria
Economía Española y Mundial	3,0	Obligatoria
Introducción al Análisis de Datos	6,0	Formación Básica
Microeconomía I	6,0	Obligatoria
Sistemas de Gestión de la Información I	3,0	Obligatoria

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Inglés para la Administración y Dirección de Empresas III	3,0	Obligatoria
Dirección Financiera I	4,5	Obligatoria
Economía de la Empresa III. Recursos humanos	3,0	Obligatoria
Estadística	6,0	Formación Básica
Historia Económica Mundial	6,0	Formación Básica
Microeconomía II	4,5	Obligatoria
Sistemas de Gestión de la Información II	3,0	Obligatoria

TERCER CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Contabilidad de Costes	6,0	Obligatoria
Dirección Comercial I	6,0	Obligatoria
Dirección Financiera II	4,5	Obligatoria
Econometría I	4,5	Obligatoria
Matemáticas de las Operaciones Financieras	6,0	Obligatoria
Optativas	6,0	Optativa

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Contabilidad III	4,5	Obligatoria
Derecho Laboral	6,0	Obligatoria
Econometría II	4,5	Obligatoria
Economía Internacional e Integración Europea	6,0	Obligatoria
Optativas	6,0	Optativa

CUARTO CURSO

Primer semestre

	Créditos	Tipo
Dirección Comercial II	3,0	Obligatoria
Dirección Estratégica I	4,5	Obligatoria
Derecho Tributario	6,0	Obligatoria
Optativas	9,0	Optativa
Política Económica	6,0	Obligatoria

Segundo semestre

	Créditos	Tipo
Dirección Estratégica II	4,5	Obligatoria
Optativas	9,0	Optativa
Prácticas Externas	12,0	Prácticas Externas
Trabajo de Fin de Grado	6,0	Trabajo de Fin de Grado

OPTATIVIDAD

Mención en Business and Communication

Para obtener esta mención, de la cual quedará constancia en el título, es necesario:

- Hacer el Trabajo de Fin de Grado vinculado a la mención.
- Cursar un mínimo de 24 de los 30 créditos de las asignaturas optativas detalladas a continuación:

	Créditos
Conflictos y Relaciones Internacionales	6,0
Convergencia Mediática	3,0
Liderazgo y Habilidades Directivas	6,0
Inglés para los Negocios	3,0
Estrategias de Comunicación Global	6,0
Branding	6,0
Marketing Internacional	6,0
Medios de Comunicación Sociales	3,0
Emprendimiento	6,0
Innovación en Marketing	6,0
Estudios Interculturales	6,0

Mención en Contabilidad, Finanzas y Entorno Jurídico

Para obtener esta mención, de la cual quedará constancia en el título, es necesario:

- Hacer el Trabajo de Fin de Grado vinculado a la mención.
- Cursar un mínimo de 24 de los 30 créditos de las asignaturas optativas detalladas a continuación (entre las materias: Contabilidad, Finanzas y Derecho):

	Créditos
Auditoría	6,0
Contabilidad Informática	3,0
Contabilidad Pública	3,0
Normas Contables Internacionales	3,0
Derecho de la Unión Europea	3,0
Curso de Bolsa	3,0
Gestión de Derivados	3,0
Mercados Financieros	3,0
Comercio Electrónico	3,0
Seguridad Social. Régimen General	3,0
Análisis de Estados Contables	3,0
Contabilidad Directiva	3,0
Consolidación de Estados Contables	3,0
Gestión de Cartera	3,0
Sistema Tributario Español	3,0
Análisis de Inversiones	3,0

Mención en Gestión Empresarial

Para obtener esta mención, de la cual quedará constancia en el título, es necesario:

- Hacer el Trabajo de Fin de Grado vinculado a la mención
- Cursar un mínimo de 24 de los 30 créditos optativos de las asignaturas detalladas a continuación (entre las materias: Empresa, Gestión, Marketing, Estadística y Matemática)

	Créditos
Técnicas de Comercio Exterior	3,0
Investigación Operativa II	3,0
Técnicas Cuantitativas de Marketing	6,0
Dirección de Operaciones	6,0
Investigación de Mercados	6,0
Gestión de Empresas Turísticas	3,0
Gestión del Ocio	6,0
Gestión de la Información	3,0
Gestión de la Innovación	3,0
Gestión del Conflicto	3,0
Marketing Estratégico	3,0
Marketing Turístico	3,0
Simulación Empresarial	3,0
Investigación Operativa I	6,0

Optativas sin itinerario

	Créditos
Taller de Comunicación Interactiva	3,0
Estrategia y Nuevos Modelos de Negocio	3,0
Comunicación Digital Interactiva	3,0
Creatividad Publicitaria I	6,0
Creatividad Publicitaria II	6,0
Organización de Eventos	3,0
Relación con los Medios de Comunicación	3,0
Taller de Comunicación Gráfica I	6,0
Teorías de la Comunicación	6,0
Macroeconomía. Entorno y Empresa	3,0
Comercio Internacional	6,0
Economía del Desarrollo	6,0
Economía del Trabajo	3,0
Economía de los Recursos Naturales	3,0
Economía Industrial	6,0
Economía Regional y Urbana	6,0
Alemán de Empresa y Comunicación I	6,0
Francés de Empresa y Comunicación I	6,0
Sociología de la Empresa	6,0
Creación de Empresas	6,0

ASIGNATURAS DE PRIMER CURSO

Derecho Empresarial

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Miquel Genís Sierra

OBJETIVOS:

Se trata de una asignatura de derecho privado, que comprende una necesaria parte introductoria dedicada al derecho civil y una parte más extensa dedicada al derecho mercantil.

El objetivo principal es que el estudiante conozca y profundice en las instituciones básicas del derecho civil (fuentes del derecho, aplicación y eficacia de la ley, derecho de la persona, obligaciones y contratos, aspectos relativos al patrimonio, etc.) como antecedente necesario para tratar y comprender, posteriormente, la especialidad del derecho mercantil que propiamente constituye una de las materias fundamentales para el buen desarrollo de la actividad empresarial.

En esta especialidad se trata de que el estudiante sepa conectar los aspectos jurídicos del derecho mercantil con las cuestiones más técnicas que hacen referencia a la empresa. La finalidad básica es que el estudiante complemente sus conocimientos empresariales con los aspectos jurídicos mercantiles necesarios que regulan la actividad empresarial. También se pretende que el estudiante sea capaz de asumir el léxico y la terminología propios del ámbito jurídico-empresarial y los utilice adecuadamente en su actividad profesional.

En definitiva se trata de que el estudiante, al finalizar el Grado en Administración y Dirección de Empresas e integrarse en el mundo laboral en general o empresarial en particular, pueda aplicar con toda naturalidad los conocimientos adquiridos en la materia en beneficio de su praxis profesional al servicio de la empresa.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Habilidad para trabajar en un contexto internacional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el derecho que afecta la empresa en general, a las sociedades mercantiles en particular y a la contratación mercantil y su legislación específica.

CONTENIDOS:

El sistema político y constitucional español

1. Introducción al derecho
 1. Introducción al derecho: aspectos generales
 2. Las fuentes del derecho
 3. El Derecho Civil
 4. El Derecho Comunitario Europeo
 5. La aplicación del derecho
 6. Los efectos del derecho
 7. El tiempo y sus efectos jurídicos
 8. La persona física y la persona jurídica
 9. El negocio jurídico y los contratos
 10. La representación
 11. La propiedad y los demás derechos reales
 12. El derecho de familia
 13. El derecho de sucesiones
 14. El Derecho Mercantil
2. Parte A: La empresa, el empresario y el derecho de sociedades
 1. Las nociones básicas del derecho de empresa
 2. La empresa familiar
 3. El derecho de sociedades
 4. La Sociedad Anónima
 5. Las Sociedades Anónimas Cotizadas
 6. La Sociedad Anónima Europea domiciliada en España
 7. La Sociedad de Responsabilidad Limitada
 8. La Sociedad Unipersonal Anónima y de Responsabilidad Limitada
 9. La Sociedad Limitada Nueva Empresa
 10. La constitución de la Sociedad de Responsabilidad Limitada mediante el sistema de tramitación telemática
 11. Las modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles
 12. Las Sociedades Profesionales
 13. Las Sociedades Laborales
 14. Las Sociedades Cooperativas
 15. Las Sociedades de Garantía Recíproca
 16. Las Agrupaciones de Interés Económico
 17. Los grupos de sociedades
 18. Los delitos societarios
3. Parte B
 1. El régimen de la publicidad legal
 2. La publicidad legal
 3. La publicidad de los derechos reales inmobiliarios: el registro de la propiedad
 4. La seguridad del tráfico empresarial y la publicidad mercantil: el registro mercantil
 5. Los otros registros públicos
 6. Promulgación y publicación de las normas jurídicas
4. Parte C. La protección de la actividad y la organización empresarial
 1. La protección de las creaciones industriales, de la innovación tecnológica y de la propiedad

intelectual

2. El derecho de la competencia

5. Parte D. La contratación mercantil

1. Los contratos mercantiles

2. El contrato de compraventa mercantil y los contratos afines a la compraventa

3. Los contratos de distribución y colaboración

4. Otros contratos de colaboración y distribución

5. Los contratos de financiación, afianzamiento y garantía

6. El contrato de depósito

7. Los contratos bancarios

8. Otros contratos mercantiles

6. Parte E. Los títulos valores

1. Los títulos valores: la letra de cambio, el cheque y el pagaré

EVALUACIÓN:

Consideraciones metodológicas previas a los criterios de evaluación:

- Aunque la asignatura, por concepto, es de carácter teórico, se hará asumible de forma que sea de fácil comprensión para los estudiantes con la aplicación de las nuevas tecnologías. En ese sentido, se utilizará de forma mayoritaria el Campus virtual donde el profesor depositará los instrumentos, documentos y referencias necesarias para el seguimiento del curso y que se utilizarán para apoyar la clase magistral, en la que, además, se procurará que los estudiantes participen de forma activa. Pero el Campus virtual también se utilizará para crear un ambiente de interactividad y complicidad adecuado que facilite la aplicación práctica de la asignatura y sobre todo la participación de los estudiantes en el contenido. Para ello se fomentará que los estudiantes (por correo electrónico o en foros específicos) puedan hacer sus aportaciones personales a la temática estudiada y resolver fácilmente con el profesor las dudas que se hayan planteado. Independientemente de ello, se harán las presentaciones temáticas con apoyo de Power Point y otras herramientas y soportes informáticos en aquellos aspectos de la asignatura en que dichos sistemas puedan facilitar la comprensión. De acuerdo con el sistema de evaluación que se propone a continuación, los estudiantes deberán hacer trabajos y comentarios específicos sobre aspectos que se irán proponiendo oportunamente y también deberán superar unos controles que sucesivamente se harán para comprobar si se han alcanzado los contenidos ya tratados. Después de cada área temática (según el plan de trabajo) habrá un control en forma de pregunta abierta, test o ambas técnicas al mismo tiempo. Mediante la metodología propuesta y con el apoyo del Campus virtual se pretende:
 - Que el estudiante se implique en la asignatura.
 - Que sea creado un ambiente de interactividad que, por un lado, incentive al estudiante para profundizar en el conocimiento de la materia y, por otro lado, facilite al profesor la tarea de comprobar la implicación y la asunción de conocimientos por parte del estudiante.
 - Que sea creado un ambiente de complicidad estudiante / profesor para proporcionar un espacio de relación personal del que el profesor pueda obtener la información necesaria sobre la actitud intelectual del estudiante ante la asignatura y que ratifique los objetivos propuestos al comienzo.
- La evaluación estará en relación directa con la participación activa del estudiante en el seguimiento del curso en la forma expuesta anteriormente, de modo que se hará una evaluación continua, con un seguimiento personalizado del alumno para asesorar y tutorizar su implicación con la asignatura. Es decir, evaluación continua vinculada a la intensidad de la participación activa del estudiante, de su implicación y grado de interactividad, pero también de su participación directa en la realización de aportaciones, confección de trabajos, comentarios y casos que por iniciativa propia o a propuesta del profesor haya realizado, y también en la superación de los controles que se propongan.

En ese sentido, la calificación final de la asignatura se obtendrá mediante la excelencia en los siguientes ítems:

- Asistencia a clase y a las tutorías programadas
- Participación activa en clase y en el Campus virtual
- Implicación en la asignatura
- Realización de aportaciones, presentaciones, trabajos, casos y comentarios
- Resolución de los controles planteados

Esta asignatura no tiene exámenes convencionales.

BIBLIOGRAFÍA:

Derecho Civil

- Albadalejo, M.(1989-1996). *Derecho civil*. Vols. I-II y III. Barcelona: Bosch. (última edición)
- Albadalejo, M. (1990). *Compendio de derecho civil*. Barcelona: Bosch.
- Aparicio, M.A. (1984). *Introducción al sistema político y constitucional español*. (última edición)
- Díez Picazo, L.; Gullón, A. (1995). *Instituciones de derecho civil*. Vol. I y II. Madrid: Tecnos. (última edición)
- Genís Serra, M. (2000). *Manual de dret civil*. Vic: Eumo Editorial.
- Lacruz Verdejo, J.L. (1984-1991). *Elementos de derecho civil*. Vol. I-II-III-III bis y IV. Barcelona: Bosch. (última edición)
- Lasarte Álvarez, C. (1995). *Curso de derecho civil patrimonial*. Madrid: Tecnos. (última edición)
- Latorre, A. (1988) *Introducción al derecho*. Barcelona: Ariel (última edición).
- Maluquer de Motes y Bernet, C.J. (1997). *Temas Universitaris Bàsics. Empresarials. Dret civil*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. (última edición)
- Maluquer de Motes y Bernet, C.J. (1993). *Dret civil català*. Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya.(última edición)
- O'Callaghan Muñoz, X.; Pedreira Andrade, A. (1996) *Introducción al derecho y derecho civil patrimonial*. Madrid. (última edición)
- Pérez Royo, J. *Curso de derecho constitucional*. Madrid: Marcial Pons. (última edición)
- Puig i Ferriol, L. (1997). *Manual de derecho civil I. Introducción y derecho de la persona*. DDAA. Madrid. (última edición)
- Puig i Ferriol, L. (1995-1996). *Manual de derecho civil*. Vols. I y II. Madrid: Marcial Pons. (última edición)

Derecho mercantil

- Ávila Navarro, P. (2009). *Modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles (Ley 3/2009)*. Barcelona: Bosch.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, A. (2002). *Introducción a las marcas y otros signos distintivos en el tráfico económico*. Pamplona: Aranzadi.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, A.; Calzada Conde, A. *Contratos mercantiles*. Pamplona: Aranzadi.(última edición)
- Broseta Pont, M. (1994). *Manual de derecho mercantil*. Madrid: Tecnos (última edición).
- Calavia Molinero, J.M. (1997). *Temas Universitaris Bàsics. Derecho mercantil, derecho de sociedades*. Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya (última edición).
- Calavia Molinero, J.M.; Cabanas Trejo, R. (1995). *Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada. Comentarios de urgencia a la Ley 2/1995 de 23 de marzo de Sociedades de Responsabilidad Limitada*. Barcelona: Praxis.
- Calzada Conde, M.A. (coord.) [et al.]. *Código de contratos mercantiles*. Pamplona: Aranzadi. (última edición)
- Castañer Codina, J. (coord.) (2008-2009). *Todo sociedades de responsabilidad limitada*. Barcelona: Bosch (última edición).
- Gallego Sánchez, E. *Contratos mercantiles*. Valencia: Tirant lo Blanch (última edición).
- García Pérez, R.; Albiez Dohrmann, K.J. (dir.) (2007). *Comentarios a la Ley de Sociedades Profesionales*. Barcelona: Bosch (última edición).
- Giménez Sánchez, G.J. (1997). *Lecciones de derecho mercantil*. Madrid (última edición).

- Gómez Porrua, J.M. (2009). *La transformación de las sociedades mercantiles (estudio del nuevo régimen establecido en la Ley 3/2009 de 3 de abril sobre modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles)*. Barcelona: Derecho de los Negocios.
- Morillas Jarillo, M.J. (2008). *Las sociedades cooperativas*. Barcelona: Bosch (última edición).
- Pérez de la Cruz Blanco, A. (2008). *Derecho de la propiedad industrial, intelectual y de la competencia*. Barcelona: Bosch (última edición).
- Rodríguez Ruíz de Villa, D.; Huerta Viesca, M.I. (2008). *La responsabilidad de los administradores por las deudas de las sociedades de capital*. Barcelona: Bosch.
- Sánchez Calero, F. (1999). *Principios de derecho mercantil*. Madrid: McGraw-Hill (última edición).
- Vega Vega, J.A. (2009). *Sociedades profesionales de capital*. Barcelona: Bosch.
- Vicent Chuliá, F. (1991). *Compendio crítico de derecho mercantil*. Barcelona: Bosch (última edición).
- Vicent Chuliá, F. (1992). *Introducción al derecho mercantil*. València: Tirant Lo Blanch (última edición).
- Vicent Chuliá, F.; Beltran Alandete, T. *Aspectos jurídicos de los contratos atípicos*. Barcelona: Bosch (última edición).
- Uría, R. *Derecho mercantil*. Madrid: Marcial Pons (última edición).

Economía de la Empresa I

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Carme Viladecans Riera

OBJETIVOS:

La finalidad básica de esta asignatura es introducir al alumno en el mundo de la empresa, dándole los conocimientos más relevantes de sus características, de su estructura organizativa y de sus áreas funcionales: inversión, financiación, producción, recursos humanos y marketing.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dirigir una organización y gestionar algunas de sus áreas funcionales, entendiendo su ubicación competitiva e institucional, identificando sus fortalezas y debilidades y alineando los objetivos funcionales con la estrategia empresarial.

CONTENIDOS:

1. Empresa, empresario y función directiva
 1. Concepto y características
 2. Evolución de la figura del empresario
 3. Tipos de empresas
 1. Clasificación desde un punto de vista económico
 2. Clasificación desde un punto de vista jurídico
2. Entorno de la empresa y objetivos
 1. Concepto de entorno
 1. Entorno general
 2. Entorno específico
 2. Objetivos
 1. Características
 2. Objetivos económicos financieros
 3. Objetivos económicos sociales
3. Estructura y organización
 1. La dirección empresarial

2. Funciones
 1. Función de planificación
 2. Función de organización
 3. Función de gestión
 4. Función de control
3. Estructura organizativa y departamentalización
4. Áreas funcionales: Función de financiación y función de inversión
 1. Función de financiación
 1. Las fuentes de financiación: concepto y clases
 2. Financiación externa propia y ajena
 3. Financiación interna
 4. Estructura económica y financiera de la empresa
 5. Punto muerto o umbral de rentabilidades
 2. Función de inversión
 1. Métodos de selección de inversiones
 2. Método del plazo de recuperación
 3. Valor actual neto
 4. Tasa de rentabilidad interna
5. Áreas funcionales: Función de producción, función de recursos humanos y función comercial y de marketing.
 1. Función productiva
 1. Diferencias básicas en la producción de bienes y servicios
 2. Proceso de producción
 2. Recursos humanos
 1. Funciones de la dirección de recursos humanos
 2. Planificación de recursos humanos
 3. Selección de personal
 4. Formación de recursos humanos
 5. Evaluación del trabajo
 6. Remuneración del personal
 3. Función comercial y de marketing
 1. Conceptos básicos del marketing
 2. La función comercial en la empresa
 3. Segmentación del mercado

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura pretende medir el grado de aprendizaje global alcanzado por el estudiante. Teniendo en cuenta que esta es una asignatura cuatrimestral, la evaluación de la asignatura consta de:

- Examen teórico: vale 3 puntos de la nota final. Es un examen tipo test. Debe aprobarse. Hay dos convocatorias.
- Entrega de prácticas: vale 2 puntos de la nota final. Es necesario un mínimo de un 40% sobre 2.
- Examen práctico: vale 5 puntos de la nota final. Debe aprobarse. Hay dos convocatorias.

Para aprobar esta asignatura es necesario un mínimo de 5 en la media.

BIBLIOGRAFÍA:

- Amat Salas, J.M. *Planificación financiera*. Eada Gestión.
- Arroyo, A.M. *Dirección financiera*. Bilbao: Deusto.
- Claver Cortés, E.; Llopis Taverner, J.; Lloret Llinares, M.; Molina Manchon, H. (1998). *Manual de administración de empresas*. Editorial Civitas.

- Cuervo Garcia, A. (2004). *Introducción a la administración de empresas*. Editorial Civitas.
- Fabre, R. (1993). *Selecció d'inversions*. Vic: Eumo Editorial.
- Gisbert i Gelonch, Ramon (2002). *La empresa. Naturaleza, clases, entorno y competencia*. Barcelona: Octaedro.
- Suárez, A. (1996). *Decisiones óptimas de inversión y financiación*. Madrid: Pirámide.

Informática

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi Casas Vilaró
- Raymond Lagonigro Bertran

OBJETIVOS:

- Analizar, evaluar y sintetizar las necesidades de información de una organización y saber aplicar las tecnologías de la información más adecuadas a sus necesidades.
- Ser capaz de operar en diferentes entornos informáticos.
- Conocer software básico de ofimática, centrándose en aspectos avanzados.
- Conocer alternativas de software libre al software de ofimática comercial.
- Conocer los formatos estandarizados de intercambio de datos y la gestión de la información en internet.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.

CONTENIDOS:

1. Introducción a las TIC
2. Entornos operativos
3. Instrumentos de productividad: Presentaciones corporativas digitales
4. Instrumentos de productividad: Procesamiento de textos
5. Instrumentos de productividad: Hoja de cálculo

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Ejercicios sesiones presenciales	Todo el curso	20	no	2, 3, 4, 5
Examen	-	80	sí	3, 4, 5

Sistema de evaluación

Descripción de las acciones de evaluación:

- Ejercicio sesiones presenciales: se trata de realizar individualmente un conjunto de ejercicios en clase, pudiendo hacer uso de cualquier material de apoyo. Cada conjunto de ejercicios se corregirá en la sesión presencial posterior a su realización. El profesor calificará globalmente la evolución del estudiante en el logro de los resultados de aprendizaje.
- Examen: para superar el examen hay dos alternativas:
 - Evaluación continua: consta de tres ejercicios individuales (Evaluación 1, 2 y 3 en el plan de trabajo) que deben aprobarse por separado. En caso de que no se supere alguna evaluación, puede recuperarse en el examen final. Para optar a la evaluación continua es necesario asistir a un mínimo de sesiones.
 - Examen final: consta de 3 bloques (equivalentes a las 3 evaluaciones) que deben aprobarse por separado. Esta alternativa es para quien no pueda optar a la evaluación continua.

La nota final del examen es una media ponderada de los tres bloques.

BIBLIOGRAFÍA:

De cada tema se proporcionará el material necesario a través del Campus Virtual.

Introducción al Cálculo

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Josep Lluís García Domingo

OBJETIVOS:

En todas las disciplinas económicas es básico el tratamiento de variables cuantitativas. En este sentido, se hace necesario el conocimiento de las herramientas matemáticas que hacen posible este tratamiento. El objetivo genérico del curso es saber trabajar con soltura con las funciones reales desde el punto de vista operacional y funcional para poder realizar el análisis de los fenómenos económicos, y conocer los fundamentos del álgebra de matrices.

El carácter instrumental de la materia impartida en esta asignatura comporta un planteamiento mayoritariamente práctico. Pero para poder resolver todo tipo de problemas y ejercicios matemáticos es imprescindible conocer y entender una serie de conceptos teóricos y saber aplicarlos de manera correcta en su resolución. Los requisitos de la asignatura son los conocimientos matemáticos de secundaria.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.

CONTENIDOS:

Cálculo

1. Funciones de variable real:
 1. Relaciones entre magnitudes. Concepto de función y gráfica.
 2. Dominios de funciones.
 3. Funciones elementales. Operaciones con funciones.
 4. Función inversa.
 5. Conceptos: límite y continuidad de una función en un punto.

6. Concepto: comportamiento asintótico.
 7. Derivación de funciones de una variable real.
 8. Tratamiento de indeterminaciones.
 9. Crecimiento y curvatura.
 10. Función implícita.
 11. Aplicaciones en el ámbito económico.
2. Funciones de varias variables reales:
 1. Concepto de funciones de varias variables reales. Dominio. Curvas de nivel.
 2. Derivación parcial: derivadas direccionales y vector gradiente.
 3. Funciones compuestas e implícitas, y su derivación.
 4. Funciones homogéneas y Teorema de Euler.

Álgebra matricial

1. Ecuaciones diofánticas lineales.
2. Sistemas de ecuaciones lineales.
3. Cálculo matricial.
4. Determinante y rango de una matriz.
5. Solución de los sistemas lineales. Los métodos de Cramer y de Gauss.
6. Matrices en Economía: matriz de Leontief, matrices estocásticas, matrices de pagos, matrices de contacto.
7. Valores y vectores propios. Diagonalización de matrices y su uso.

EVALUACIÓN:

La evaluación del curso consta de diferentes acciones:

- Ejercicios prácticos individuales (20%).
- Controles:
 - Funciones de una variable (30%).
 - Funciones de varias variables (25%).
 - Álgebra Matricial (25%).

Habrà un examen de recuperación de la asignatura donde podrán recuperarse un máximo de dos controles.

BIBLIOGRAFÍA:

Libros (todos ellos pueden localizarse en la biblioteca de la UVic)

- Larson; Hostetler; Eduards (1995). *Cálculo. Vol. I y II*. Madrid: McGraw-Hill.
- Sydsaeter, K.; Hammond, P. (1998). *Matemáticas para el análisis económico*. Madrid: Prentice Hall.
- Calle, M.L.; Vendrell, R. (1992). *Problemes d'àlgebra lineal i càlcul infinitesimal*. Vic: Eumo Editorial.
- García, A. (1992). *Matemáticas aplicadas a la empresa*. Madrid: AC.
- Chiang, A.C. (2006). *Métodos fundamentales de economía matemática*. McGraw-Hill.
- Jarne, G.; Pérez-Grasa, I.; Minguillón, E. (1997). *Matemáticas para la economía* (dos volúmenes), McGraw-Hill.

Enlaces

- Wolfram Mathworld: <http://mathworld.wolfram.com>
- El paraíso de las matemáticas: <http://www.matematicas.net>
- Ejercicios resueltos de matemáticas: <http://www.elosiodelosantos.com>
- Gacetilla Matemática: <http://www.arrakis.es/~ECJ/>
- Límites de funciones de una variable: <http://www.math.tamu.edu/AppliedCalc/Classes/Limit/limit.html>

- Revista electrónica de la UAB de divulgación de la Matemática: <http://mat.uab.cat/matmat>
- Centro digital de divulgación de las matemáticas: <http://www.divulgamat.net>
- Webs de matemáticas de la XTEC de la Generalitat de Catalunya:
<http://www.xtec.cat/recursos/mates/index.htm> y <http://www.edu365.cat/eso/muds/matematiques/>
- Societat Catalana de Matemàtiques: <http://www.iecat.net/institucio/societats/SCMatematiques/index.asp>
- Real Sociedad Española de Matemáticas: <http://www.rsme.es>
- American Mathematical Society: <http://www.ams.org>
- Portal Matemático de la Universidad Autónoma Metropolitana de México: <http://canek.azc.uam.mx>

Macroeconomía I

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Enric Casulleras Ambròs

OBJETIVOS:

Esta asignatura supone el primer contacto del estudiante con la teoría económica. No presupone ningún conocimiento previo de economía, y se pone más énfasis en la sistematización conceptual que en el desarrollo de modelos abstractos.

Se pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- Conocer las principales inquietudes de los teóricos de la economía de las diferentes escuelas y épocas.
- Comprender el sentido de las principales macromagnitudes.
- Entender, a través de modelos teóricos, el funcionamiento de una economía nacional.
- Asimilar los planteamientos principales de las políticas keynesianas.
- Analizar las críticas de los economistas liberales a las políticas keynesianas.
- Tener elementos de juicio sobre la efectividad de las políticas económicas.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad crítica y autocrítica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Entender los principios básicos de la economía (tanto en el ámbito microeconómico como macroeconómico).

CONTENIDOS:

1. Historia del pensamiento económico
 1. Origen de la economía
 2. Felipe II y Martín de Azpilcueta
 3. El mercantilismo
 4. Los fisiócratas
 5. Los clásicos
 6. El socialismo
 7. El liberalismo

8. La socialdemocracia
9. El monetarismo
10. La crisis
2. Definición de las magnitudes económicas
 1. PIB, PNB, renta nominal, renta real, inflación, consumo, inversión
 2. Ejercicios de cálculo
3. El modelo básico del flujo circular de la renta
 1. El ahorro y la inversión
 2. El multiplicador de la renta
 3. La paradoja de la austeridad
 4. La identidad macroeconómica fundamental
 5. Representación gráfica
 6. Problemas
4. El papel del sector público
 1. El Presupuesto General del Estado
 2. Los impuestos
 3. La política fiscal
 4. Representación gráfica
 5. Ejercicios y problemas
5. El sector exterior
 1. Las exportaciones
 2. Las importaciones
 3. El saldo de la balanza comercial
 4. El multiplicador con sector exterior
 5. Representación gráfica
 6. Problemas
6. La economía monetaria
 1. La banca y el sistema bancario
 2. La base monetaria y la oferta monetaria
 3. El equilibrio del mercado financiero
 4. Ejercicios
7. El modelo básico de Hicks & Hansen
 1. La ecuación entre la inversión y el ahorro
 2. La ecuación entre la oferta y la demanda de dinero
 3. El equilibrio simultáneo de los mercados
 4. La política fiscal
 5. La política monetaria
 6. Ejercicios gráficos y numéricos
8. La oferta y la demanda agregadas en el modelo neoclásico
 1. Obtención matemática de la función de demanda agregada
 2. Posibilidades y significación de la oferta agregada
 3. El efecto inflacionista de las políticas fiscales y monetarias
 4. Ejercicios gráficos y numéricos

EVALUACIÓN:

Se harán tres controles escritos a lo largo del curso, que hay que superar. Al final del periodo docente habrá exámenes de repesca para las partes no superadas. La nota final se hará a partir de la media aritmética de todas las pruebas, con la condición de haberse superado o recuperado.

BIBLIOGRAFÍA:

- Abel, A.B.; Bernanke, B.S. (2003). *Macroeconomía*. Madrid: Addison Wesley.
- Belzunegui, B.; Cabrerizo, J.; Padilla, R.; Valero, I. (2002). *Macroeconomía. Cuestiones y ejercicios resueltos*. Madrid: Prentice Hall.
- Dornbusch, R.; Fischer, S.; Startz, R. (2004). *Macroeconomía*. Madrid: McGraw Hill.
- Mochón, F. (2009). *Introducción a la Macroeconomía*. Madrid: McGraw Hill.
- Oroval, E. (coord.) (1994). *Noves aproximacions a la història del pensament econòmic*. Vic: Eumo Editorial.

Inglés para la Administración y Dirección de Empresas I

Formación Básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: inglés

PROFESORADO

- Gonzalo Calle Rosingana
- M. Àngels Pinyana Garriga

OBJETIVOS:

El objetivo principal de la asignatura es que el alumnado amplíe la competencia lingüística en inglés a partir de temas relacionados con el mundo de la empresa. Para alcanzar este objetivo se revisan algunos aspectos de la gramática y se trabaja la comunicación escrita y oral de nivel intermedio-avanzado. La formación en inglés específico es un elemento clave tanto en el ámbito académico como en el profesional en una sociedad cada vez más internacional. Inglés para la Administración y Dirección de Empresas I es una asignatura de segundo cuatrimestre de primer curso.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad de utilizar satisfactoriamente y con fines académicos y profesionales la lengua inglesa.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

CONTENIDOS:

1. Brands

- Reading: Building luxury brands
- Vocabulary: Word partnerships
- Listening: Interview with a brand manager
- Speaking: Taking parte in meetings
- Writing: E-mail
- Case study: Hudson Corporation
- Grammar: Present tenses

2. Travel

- Reading: What business travellers want
- Vocabulary: British and American English
- Listening: Interview with a sales director
- Speaking: Telephoning - Making arrangements
- Writing: E-mail
- Case study: Business Travel Services
- Grammar: Future tenses

3. Change

- Reading: Mercedes Shining Star
 - Vocabulary: Words describing change
 - Listening: An interview with a management consultant
 - Speaking: Managing meetings
 - Grammar: Past tenses
4. Organisation
- Reading: A successful organisation
 - Vocabulary: Describing a company structure
 - Listening
 - Speaking: Socialising
 - Grammar: Articles
5. Advertising
- Reading: A new kind of campaign
 - Vocabulary: Advertising media and methods
 - Listening: How advertising works
 - Speaking: Starting and Structuring presentations
 - Case study: Alpha Advertising
 - Writing: Summary
 - Grammar: Articles
6. Money
- Reading: An inspirational story
 - Vocabulary: Financial terms
 - Listening: an interview with an investment director
 - Speaking: Dealing with figures
 - Grammar: Describing trends

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
ejercicios evaluación continua	-	30%	sí	
prueba de libro de lectura	-	15%	sí	
ejercicios de léxico	-	15%	sí	
práctica de expresión oral	-	10%	sí	
ejercicios de gramática	-	30%	sí	
	-			

Sistema de evaluación

La evaluación del curso es continua y obligatoria. La nota final es el resultado de la media de las acciones de evaluación. Los porcentajes de los ejercicios evaluables se especifican en las acciones de evaluación. La nota de los trabajos no realizados en la fecha prevista será cero y no podrán repetirse fuera de plazo. En caso de no superar la asignatura, existe la posibilidad de hacer la recuperación de la parte de gramática. No habrá recuperación de ninguna otra acción de evaluación.

BIBLIOGRAFÍA:

Obligatoria

Libro de texto

- Course book: Cotton, David [et al.] (2010). *Market Leader: intermediate business English course book*. 3rd Edition. Harlow: Pearson Education. (Units: 1, 2, 3, 4, 5, 6).

Libro de gramática:

- Mann, Malcolm and Taylor-Knowles, Steve. (2006) *Destination B2: Student's book*. Macmillan Education. (Units: 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11).

Libro de lectura:

- Evans, David. *Women in Business*. Penguin Longman.

Recomendada

- Hopkins, Diana. (2007) *Grammar for IELTS*. Cambridge: Cambridge University Press.

Contabilidad I

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Carme Viladecans Riera

OBJETIVOS:

El objetivo de esta asignatura es que el alumno adquiera las competencias genéricas y específicas para poder realizar el proceso contable de una empresa en un ejercicio económico, siguiendo la normativa contable vigente y presentando dos documentos contables obligatorios: el balance de situación y la cuenta de pérdidas y ganancias.

Por otra parte se pretende que el alumno sea capaz de realizar una aplicación práctica mediante el programa informático Contaplus.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer cómo se utiliza la contabilidad como lenguaje de la realidad económica de la empresa.
- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y sus funciones.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la contabilidad
 1. Concepto, naturaleza y objetivos de la contabilidad
 2. Marco legal y normalización contable
 3. Patrimonio neto. Elementos patrimoniales y masas patrimoniales
 4. Balance de situación
 5. Inventario
 6. Libros de contabilidad

2. Método y procedimientos de contabilidad
 1. Registro de las operaciones contables: la cuenta
 2. Método contables: Partida simple y partida doble
 3. Asentamientos
 4. Hechos contables
 5. Estudio de las cuentas de compras y ventas
 6. Contabilización de gastos e ingresos
 7. Balance de comprobación de sumas y saldos
 8. Aplicación del resultado del ejercicio
 9. Cuenta de pérdidas y ganancias
 10. Contabilización del IVA
3. El proceso contable
 1. Introducción
 2. Asentamiento de apertura
 3. Registro de las operaciones en el libro diario
 4. Traslado al libro mayor
 5. Fin de ejercicio: regularización.
 6. Presentación del balance de situación y de la cuenta de pérdidas y ganancias
 7. Asentamiento de cierre
4. El plan general de contabilidad
 1. Estructura del plan general de contabilidad
 2. Marco conceptual
 3. Normas de registro y valoración
 4. Cuentas anuales
 5. Cuadro de cuentas
 6. Definiciones y relaciones contables
5. Estudio del balance: Inmovilizado material
 1. Inmovilizado material
 1. Concepto y clasificación
 2. Definición, contenidos de las cuentas y normas particulares de registro y valoración
 3. Principales movimientos
 4. Correcciones valorativas
 2. Inversiones inmobiliarias
 3. Activos no corrientes mantenidos para la venta
 4. Inmovilizado material en curso
6. Estudio del balance: Inmovilizado intangible
 1. Definición y normas particulares de registro y valoración
 2. Contenido de las cuentas
 3. Correcciones valorativas
7. Estudio del balance: Existencias
 1. Contenidos de las cuentas de existencias
 2. Normas de registro y valoración
 3. Métodos de asignación de valor
 4. Funcionamiento contable de las cuentas de existencias
 5. Correcciones valorativas
8. Estudio del balance: Acreedores y deudores por operaciones comerciales
 1. Definición
 2. Principales cuentas referentes a proveedores y acreedores
 3. Principales movimientos referentes a proveedores y acreedores
 4. Principales cuentas referentes a clientes y deudores
 5. Principales movimientos referentes a clientes y deudores
 6. Deterioro de valor de los créditos comerciales
 7. Cuentas de efectos comerciales a cobrar

8. Personal
9. Periodificación contable
9. Estudio de la cuenta de pérdidas y ganancias
 1. Compras y gastos
 2. Ventas e ingresos
 3. Resultado del ejercicio y resultado global

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura consta de 5 partes:

1. Control práctico. Vale un 10% de la nota final (este control se realizará en una hora de clase)
2. Resolución de un cuestionario a partir de las cuentas anuales de empresas reales. Vale un 10% de la nota final
3. Examen teórico. Vale un 20% de la nota final. Debe aprobarse (Hay dos convocatorias, la primera en una hora de clase y la segunda se hará durante el período de exámenes en la fecha fijada por la dirección de la FEC)
4. Examen práctico. Vale un 50% de la nota final. Debe aprobarse (Hay dos convocatorias en las fechas fijadas por la dirección de la FEC).
5. Ejercicios Contaplus. Vale un 10% de la nota final. Debe aprobarse (hay que entregar los ejercicios en la fecha establecida)

De estas 5 partes, no es obligatorio aprobar la primera y la segunda; es indispensable aprobar las otras tres partes (3, 4 y 5) para poder aprobar la asignatura.

Para aprobar la asignatura es necesario que la media sea como mínimo de un 5.

Las repescas/recuperaciones de la parte teórica y práctica son sólo para los alumnos que no han superado esta parte.

BIBLIOGRAFÍA:

- Aguilà, Santiago; Castillo, David (2008). *Nuevo plan general de contabilidad. Una visión práctica*. Barcelona: Bresca.
- Amat, Oriol [et al.] (2008). *Ejercicios resueltos y comentados con el nuevo PGC*. Barcelona: ACCID.
- Amat, Oriol; Aguilà, Santiago (2008). *Nuevo PGC y PGC pymes: Un análisis práctico y a fondo*. Barcelona: Bresca.
- Amat, Oriol; Aguilà, Santiago (2008). *El nuevo PGC en práctica. Ejercicios y soluciones*. Barcelona: Bresca.
- Domínguez Pérez, J.L. [et al.] (1998). *Contabilidad financiera. Aplicación práctica de las normas de valoración*. Madrid: McGraw-Hill.
- Moreno Martínez, F.J. (2004). *Contaplus 2004*. Madrid: Anaya.
- Mallo Carlos (2008). *Contabilidad financiera. Un enfoque actual*. Madrid: Paraninfo.
- Omeñaca García, J. *Contabilidad General*. Bilbao: Deusto.
- Omeñaca García, J. *Supuestos prácticos de Contabilidad Financiera y de Sociedades*. Bilbao: Deusto.
- Pérez, Ángel; Pousa Soto, R. (2007). *Casos prácticos del nuevo plan general de contabilidad*. Madrid: CEF.
- *Plan General de Contabilidad* (2007).
- Romano Aparicio, Javier (2008). *Contabilidad financiera*. Madrid: CEF.
- Wand-Berghe, José Luis [et al.] (2008). *Contabilidad financiera. Nuevo plan general de contabilidad y de pymes*. Madrid: Pirámide.

Economía de la Empresa II

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- José Antonio Corral Marfil

OBJETIVOS:

- Iniciar al alumnado en la función empresarial del marketing y comercialización
- Iniciar al alumnado en la función empresarial vinculada a la inversión y las finanzas
- Iniciar al alumnado en la función empresarial de la producción y la logística

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Dirigir una organización y gestionar algunas de sus áreas funcionales, entendiendo su ubicación competitiva e institucional, identificando sus fortalezas y debilidades y alineando los objetivos funcionales con la estrategia empresarial.

CONTENIDOS:

1. La función financiera de la empresa.
 1. La estructura económico-financiera de la empresa
 2. El fondo de maniobra
 3. Los ciclos de la actividad de la empresa y el periodo medio de maduración
2. Fuentes de financiación de la empresa
 1. Concepto de financiación y clases
 2. La financiación interna
 3. La financiación externa
3. Métodos de selección de inversiones
 1. Introducción
 2. Los flujos de caja
 3. La capitalización y la actualización
 4. Métodos de selección de inversiones
4. La función productiva
 1. Introducción

2. Principales diferencias entre la elaboración de bienes y la producción de servicios
3. Objetivos de la dirección de la producción
5. El proceso de producción
 1. Introducción
 2. Tipos de procesos de producción
 3. Flujos del proceso de producción
 4. La distribución de la planta

EVALUACIÓN:

Habrán dos prácticas que significan el 60% de la nota y un control tipo test que significa un 40% de la nota.

El alumno puede subir nota de una práctica y el control tipo test.

BIBLIOGRAFÍA:

- Bueno, E. (2008): *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Madrid: Pirámide.

Macroeconomía II

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Enric Casulleras Ambròs

OBJETIVOS:

En esta asignatura se profundiza el análisis iniciado en *Macroeconomía I*, introduciendo nuevas variables en los modelos conocidos y desarrollando modelos analíticos alternativos. Prestaremos una atención particular al problema de la inflación, al mundo de las finanzas internacionales y al estudio del mercado laboral.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Entender los principios básicos de la economía (tanto en el ámbito microeconómico como macroeconómico).

CONTENIDOS:

1. Introducción a las finanzas internacionales
 1. La balanza de pagos
 2. Tipos de cambio fijos y variables
 3. Factores que determinan la evolución de las paridades
 4. El modelo de Mundell y Fleming
2. Análisis general del modelo de demanda y oferta agregada
 1. Implicaciones de la oferta agregada flexible o rígida
 2. El mercado laboral (análisis clásico)
 3. El mercado laboral (análisis sindical)
 4. Modelo de síntesis
3. Introducción a los modelos dinámicos
 1. Oferta y demanda agregadas dinámicas
 2. La sobrereacción de los tipos de cambio

EVALUACIÓN:

Se harán tres pruebas escritas a lo largo del curso.

Durante el mes de junio habrá un examen para repescar las partes no aprobadas de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

- Abel, A.B.; Bernanke, B.S. (2003). *Macroeconomía*. Madrid: Addison Wesley.
- Belzunegui, B.; Cabrerizo, J.; Padilla, R.; Valero, I. (2002). *Macroeconomía. Cuestiones y ejercicios resueltos*. Madrid: Prentice Hall.
- Dornbusch, R.; Fischer, S.; Startz, R. (2009). *Macroeconomía*. Madrid: McGraw Hill.
- Mochón, F. (2009). *Introducción a la Macroeconomía*. Madrid: McGraw Hill.
- Oroval, E. (coord.) (1994). *Noves aproximacions a la història del pensament econòmic*. Vic: Eumo Editorial.

Matemática Intermedia

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Josep Lluís García Domingo

OBJETIVOS:

Los objetivos generales de la asignatura comprenden dos ámbitos diferentes. Por un lado, veremos la optimización de funciones y, por otro, conoceremos el análisis dinámico. Encontrar los óptimos de una función es vital en el contexto económico: maximizar beneficios y minimizar los costos son dos ejemplos. Plantear y resolver modelos económicos dinámicos basados en ecuaciones en diferencias finitas o en ecuaciones diferenciales ayuda a la previsión del aumento o la disminución de la actividad económica.

El carácter instrumental de la materia impartida en esta asignatura comporta un planteamiento mayoritariamente práctico. Pero, para poder resolver problemas y ejercicios matemáticos, es imprescindible conocer y entender una serie de conceptos teóricos y saber aplicarlos de manera correcta en su resolución. Es requisito de la asignatura haber cursado la asignatura *Matemática I: Cálculo*.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.

CONTENIDOS:

1. Integración:
 1. Primitivas. Integral de Riemann e integrales definidas
 2. Integrales impropias
 3. Integrales iteradas. Teorema de Fubini
 4. Integrales dobles
2. Optimización de funciones de varias variables reales
 1. Funciones de dos variables: extremos y plano tangente

2. Aproximación de Taylor
3. Optimización de funciones de varias variables
4. Optimización de funciones con restricciones. Multiplicadores de Lagrange
5. Introducción a la programación lineal:
 1. Inecuaciones e hiperplanos
 2. Optimización de funciones lineales con restricciones lineales
 3. Optimización entera y árboles de decisión
3. Análisis dinámico
 1. Ecuaciones en diferencias finitas:
 1. Ecuaciones lineales de primer orden
 2. Ecuaciones lineales de orden superior.
 3. Estabilidad de las soluciones. Gráfico de telaraña
 4. Modelos económicos
 2. Ecuaciones diferenciales
 1. Ecuaciones diferenciales ordinarias. Curvas solución y retrato de fase
 2. Ecuaciones lineales
 3. Sistemas de ecuaciones lineales
 4. Análisis cualitativo: equilibrios y estabilidad
 5. Modelos económicos

EVALUACIÓN:

La evaluación del curso consta de diferentes acciones:

- Se valorará la implicación y la participación en clase del alumno (10%).
- Controles de la evolución del aprendizaje (40%).
- Prueba final de síntesis (50%).

Habrà un examen de recuperación parcial (50%) de la asignatura para aquellos que hayan obtenido una nota del curso inferior a 5.

BIBLIOGRAFÍA:

Teoría:

- Chiang, C. (1987). *Métodos fundamentales de economía matemática*. Madrid: McGraw-Hill.
- García, A. (1992). *Matemáticas aplicadas a la empresa*. Madrid: AC.
- Larson; Hostetler; Edwards (1995). *Cálculo*. Vol. 1 y 2. Madrid: McGraw-Hill.
- Perez-Grasa, I.; Minguillón, E.; Jarne, G. (2001). *Matemáticas para la economía. Programación matemática y sistemas dinámicos*. Madrid: McGraw-Hill.

Problemas:

- Alegre, P.; Bahía, C. [et al.] (1990). *Ejercicios resueltos de matemáticas empresariales 1*. Madrid: AC.
- Alegre, P.; Jorba, L. [et al.] (1991). *Ejercicios resueltos de matemáticas empresariales 2*. Madrid: AC.
- Caballero, R. [et al.] (1993). *Matemáticas aplicadas a la economía y a la empresa*. Madrid: Pirámide.
- Heading, J. (1982). *Ecuaciones diferenciales ordinarias*. México: Limusa.
- Kiselov; Krasnov; Makarenko (1984). *Problemas de ecuaciones diferenciales ordinarias*. Moscú: Mir.
- López, M.; Vegas, A. (1994). *Curso básico de matemáticas para la economía y dirección de empresas II. Ejercicios*. Madrid: Pirámide.

Enlaces

- Wolfram Mathworld: <http://mathworld.wolfram.com>
- El paraíso de las matemáticas: <http://www.matematicas.net>
- Ejercicios resueltos de matemáticas: <http://www.elosiodelosantos.com>
- Gacetilla Matemática: <http://www.arrakis.es/~ ECJ/>
- Límites de funciones de una variable: <http://www.math.tamu.edu/AppliedCalc/Classes/Limit/limit.html>
- Revista electrónica de la UAB de divulgación de la Matemática: <http://mat.uab.cat/matmat/>
- Centro digital de divulgación de las matemáticas: <http://www.divulgamat.net>
- Webs de matemáticas de la XTEC de la Generalitat de Catalunya:
<http://www.xtec.cat/recursos/mates/index.htm> y <http://www.edu365.cat/eso/muds/matematiques/>
- Societat Catalana de Matemàtiques: <http://www.iecat.net/institucio/societats/SCMatematiques/index.asp>
- Real Sociedad Española de Matemáticas: <http://www.rsme.es>
- American Mathematical Society: <http://www.ams.org>
- Software LINDO: <http://www.lindo.com>
- Portal Matemático de la Universidad Autónoma Metropolitana de México: <http://canek.azc.uam.mx>

Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa I

Formación Básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Cèsar Duch Martorell
- Irene Colom Valls

OBJETIVOS:

La asignatura es una introducción a la comunicación empresarial e institucional en relación con el marketing. En concreto, se profundiza en la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.

Se introducen los conceptos teóricos que enmarcan las dos disciplinas y se estudian los procesos estratégicos de planificación, ejecución de las acciones y control de los resultados para la práctica comunicativa, poniendo un énfasis especial en la utilidad del plan de comunicación.

En el estudio de la planificación estratégica de la comunicación, se profundiza en los conceptos de público y público objetivo y en el desarrollo de la estrategia creativa y de medios. En este sentido, y para que el estudiante tenga una visión completa de las diferentes formas de comunicación empresarial existentes, se contemplan los diferentes medios publicitarios, convencionales y no convencionales y las actividades y técnicas de relaciones públicas más destacadas.

Después de una visión de los sujetos que intervienen en la gestión de la comunicación, a la estructura del sector, y a la figura del director de comunicación, también se trabaja la comunicación, sobre todo publicitaria, desde el punto de vista de los efectos sobre el consumidor.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.

CONTENIDOS:

1. Publicidad, relaciones públicas, comunicación y marketing
2. La campaña publicitaria
 1. Etapas de la campaña publicitaria
 2. El briefing y el presupuesto
 3. Objetivos publicitarios
3. La campaña de relaciones públicas
 1. La planificación estratégica de las relaciones públicas
 2. Investigación y diagnóstico. Metas y objetivos
4. Público objetivo, consumidor y mapa de públicos
5. La estrategia creativa
6. La estrategia de medios
 1. Medios convencionales y medios no convencionales

2. Internet y nuevos formatos
7. Formas comunicativas comerciales
 1. La promoción de ventas
 2. El *merchandising*, el *packaging*
 3. El marketing directo
8. Técnicas de las relaciones públicas
 1. Relación con los medios de comunicación
 2. Comunicación de crisis
 3. Comunicación interna.
 4. Organización de eventos, patrocinio, etc.
9. Gestión de la comunicación
 1. La comunicación dentro de la empresa
 2. Estructura del sector de la publicidad y las relaciones públicas
10. Los efectos de la comunicación
 1. Efectos sociales de la comunicación publicitaria
 2. Legislación de la publicidad y las relaciones públicas

EVALUACIÓN:

La evaluación constará de 2 partes, y deberá aprobarse cada una por separado.

- Trabajo de la asignatura (60%)
- Examen de la parte teórica (40%)

BIBLIOGRAFÍA:

- Bigné, Enrique (2003). *Promoción comercial*. Madrid: ESIC.
- Bassat, Lluís (2002). *El libro rojo de la publicidad. Ideas que mueven montañas*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Capriotti, Paul, ed. (2005). *La marca corporativa. Estrategias de gestión y comunicación*. Vic: Eumo.
- Castellblanque, Mariano (2001). *Estructura de la actividad publicitaria. La industria de la publicidad de la A a la Z. España: un caso extrapolable*. Barcelona: Paidós.
- Cutlip, Scott; Center, Allen; Broom, Glen (2000). *Relaciones públicas eficaces*. Barcelona: Gestión 2000.
- Díez de Castro, Enrique Carlos y Martín Armario, Enrique (1999). *Planificación publicitaria*. Pirámide.
- Díez de Castro, Enrique [et al.] (2001). *Comunicaciones de marketing*. Madrid: Pirámide.
- García Uceda, Mariola (2001). *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC.
- Garrido, Francisco Javier (2001). *Comunicación estratégica*. Barcelona: Gestión 2000.
- Gobé, Marc (2005). *Branding emocional. El nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con las personas*. Barcelona: Divine Egg Publicaciones.
- González Lobo, Ángeles (2003). *Manual de planificación de medios. Todo lo que hay que saber para planificar correctamente los medios [...]*. Madrid: ESIC.
- Grunig, James; Hunt, Todd (2000). *Dirección de relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000.
- Herreros Arconada, Mario (2000). *La publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*. Barcelona: Pòrtic.
- León, José Luis (1996). *Los efectos de la publicidad*. Barcelona: Ariel.
- Matilla, Kathy (2009). *Conceptos fundamentales en la planificación estratégica de las relaciones públicas*. Barcelona: UOC.
- Munuera, José; Rodríguez, Ana Isabel (2006). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC.
- Rodríguez, Ignacio; Suárez, Ana; García de los Salmones, María del Mar (2008). *Dirección publicitaria*. Barcelona: UOC.
- Seitel, Fraser (2002). *Teoría y práctica de las relaciones públicas*. Madrid: PrenticeHall.

- Xifra, Jordi (2005). *Planificación estratégica de las relaciones públicas*. Barcelona: Paidós Ibérica.

ASIGNATURAS DE SEGUNDO CURSO

Inglés para la Administración y Dirección de Empresas II

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: inglés

PROFESORADO

- M. Àngels Pinyana Garriga

OBJETIVOS:

The aim of the course is to familiarise students with language and language uses related to the fast changing world of business. The learning approach includes a mix of problem-solving activities, text analyses, and vocabulary building exercises, with a strong communicative element. The course methodology focuses on content, functional language and grammatical accuracy, with many new topic areas complementing and building on issues studied in other parts of the ADE courses. All course skills will be developed with exercises related to the world of business and management.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad de utilizar satisfactoriamente y con fines académicos y profesionales la lengua inglesa.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

CONTENIDOS:

1. Cultures

- Reading: Culture shock
- Vocabulary: Idioms
- Listening: An interview with the manager of a cultural training centre
- Speaking: Cultural Awareness
- Writing: Business culture
- Grammar: Modals

2. Human Resources

- Reading: Women at work
- Vocabulary: Expresiones for job applications
- Listening: An interview with an international recruitment specialist
- Speaking: Getting information on the telephone
- Writing: Letter
- Grammar: -ing forms and infinitives

3. International Markets

- Reading: Trade between China and the US
- Vocabulary: Free trade
- Listening: An interview with an expert on negotiation
- Speaking: Negotiating
- Grammar: Conditions

4. Ethics

- Reading: The ethics of Résumé writing
- Vocabulary: Describing illegal activity or unethical behaviour
- Listening: Helping environmental research
- Speaking: Discussion on ethics at work
- Writing: A report
- Case study
- Grammar: Narrative tenses

5. Leadership

- Reading: Leading L'Oréal
- Vocabulary: Describing character
- Listening
- Speaking: Leadership
- Writing: Letter of complaint
- Case study
- Grammar: Gerunds and infinitives

6. Competition

- Reading: Head to head competition
- Vocabulary: Idioms from sport to Describe competition
- Listening: The competition commission
- Speaking: Negotiations
- Writing: e-mail
- Case study
- Grammar: Passives

EVALUACIÓN:

The evaluation is based on the average mark of all the assessed activities done during the course. The percentages of the assessed exercises are the following:

- In-course activities (writing, listening, speaking exercises) - 30%
- Reading book test - 15%
- Vocabulary test - 15%
- Presentation - 10%.
- Grammar test - 30% *

To pass the course, students need to obtain 50% of the total average.

* The course final grade will only be calculated when students obtain a minimum average of 5 points out of 10. Students who fail the grammar section will have a further opportunity to resit this part at the end of the course.

All the exercises which have not been done on the due date, cannot be repeated and will count 0 points.

BIBLIOGRAFÍA:

- Course book: Cotton, David [et al.]. *Market Leader: intermediate business English course book*. 3rd Edition. Harlow: Pearson Education, 2010 (Units: 7, 8, 9, 10, 11, 12).
- Grammar book: Mann, Malcolm and Taylore-Knowles, Steve. (2006) *Destination B2: Student 's book*. Macmillan Education (Units: 13, 15, 17, 19, 21, 23, 28).

Contabilidad II

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Núria Arimany Serrat

OBJETIVOS:

- El objetivo del primer tema es conocer a nivel teórico la disciplina contable y el marco legal y normativo que la rodea.
- En el segundo tema se pretende que el alumno conozca el Plan General Contable, especialmente las partes obligatorias.
- En el tercer tema el objetivo es que el alumno sepa elaborar las cuentas anuales.
- En el cuarto y quinto temas el objetivo es conocer la contabilidad de sociedades, es decir: operativas mercantiles como la fundación de la sociedad anónima, operativas con las acciones, la distribución del resultado en función de las acciones que se tienen, las variaciones de capital, la financiación vía empréstitos y la disolución, liquidación y extinción de la sociedad anónima.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad para trabajar en equipo.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer cómo se utiliza la contabilidad como lenguaje de la realidad económica de la empresa.
- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.

CONTENIDOS:

1. La contabilidad como sistema de información
 1. La reforma contable
 2. La información de las cuentas anuales
 3. Tipos de contabilidades
2. El Plan General Contable

1. Marco conceptual
2. Normas de registro y valoración
3. Cuentas anuales
4. Definiciones y relaciones contables
5. Cuadro de cuentas
3. Las cuentas anuales
 1. Balance de situación
 2. Cuenta de pérdidas y ganancias
 3. Estado de cambios en el patrimonio neto
 4. Estado de flujos de efectivo
 5. Memoria
4. Contabilidad de sociedades. La sociedad anónima I
 1. Características y fundación de la sociedad anónima
 2. Las acciones
 3. La distribución del resultado
5. Contabilidad de sociedades. La sociedad anónima II
 1. Aumentos y reducciones de capital en la sociedad anónima
 2. Transformación y fusión en la S.A.
 3. Disolución y liquidación en la S.A.
 4. Empréstito en la S.A.

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura pretende medir el grado de aprendizaje global alcanzado por el alumno. Concretamente, la evaluación consta de:

- Un control de la parte de financiera, que vale un 10% de la nota.
- Un control de la parte de sociedades, que vale un 10% de la nota.
- Un examen teórico global, que vale un 20% de la nota.
- Realización de dos fichas técnicas, que valen un 10% de la nota.
- Un examen financiera/sociedades, que vale un 50% de la nota.

Para poder aprobar la asignatura y hacer la media es necesario aprobar el examen teórico y el examen de financiera/sociedades.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- *Ley 16/2007 de reforma y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para la armonización internacional en base a la normativa de la UE.*
- Amat, O. *Análisis de estados financieros*. Barcelona: Gestión 2000. Última edición.
- *Borrador del Plan General Contable de 19 de febrero de 2007.*
- Omeñaca García, J. *Contabilidad general*. Bilbao: Deusto. Última edición
- Omeñaca García, J. *Supuestos prácticos de contabilidad financiera y de sociedades*. Bilbao: Deusto.
- *Plan General de Contabilidad 1990*
- *Real Decreto Legislativo 1564/1989*. Texto refundido de la ley de S.A.
- Rivero, J. *Supuestos de contabilidad de sociedades*. Madrid: Trivium. Última edición.
- Rivero, J. *Contabilidad de sociedades*. Madrid: Trivium. Última edición.

Complementaria

- Álvarez López, J. *Introducción a la contabilidad*. Editorial Donostiarra.
- Domínguez Pérez, J.L.; Gay Saludas J.M.; Losilla Ramírez, M.; Melús Fernández, J.J.; Osés García, J. *Contabilidad financiera, aplicación práctica de las normas de valoración*. Madrid: McGraw-Hill. Última edición.
- Moreno Martínez, F.J. (2004) *Contaplus 2004*. Madrid: Anaya, 2004.
- Requena Rodríguez, J.M. *El resultado de la empresa*. Barcelona: Ariel, última edición.
- Rivero, J. *Supuestos de contabilidad financiera*. Madrid: Trivium.
- Rivero Torre, P. *Análisis de balances y estados complementarios*. Madrid: Pirámide. Última edición.
- Sáez Torrecilla, *Casos prácticos de contabilidad general*. Madrid: McGraw-Hill.
- Sáez Torrecilla, *Contabilidad general*. Madrid: McGraw-Hill. Última edición.
- Urias Valiente, J. *Análisis de estadios financieros*. Madrid: McGraw-Hill. Última edición.
- Vela Pastor, M.; Montesinos Julve, V.; Sierra Salvador, V. *Manual de contabilidad*. Barcelona: Ariel. Última edición.
- Wanden-Berghe, J.L. *Manual de contabilidad general*. Madrid: Pirámide. Última edición.

Economía Española y Mundial

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Enric Casulleras Ambròs

OBJETIVOS:

La economía mundial está cambiando rápidamente. Se desintegra la sociedad y la economía de los países del Este de Europa, mientras que el Oeste sufre una fuerte crisis social y de valores. El tercer mundo se hace cada vez más heterogéneo como consecuencia del fuerte crecimiento de Asia Oriental, el estancamiento de América Latina, y el decrecimiento de África. El actual modelo de crecimiento económico, que es incapaz de mejorar el bienestar humano en todas sus dimensiones, se convierte en insostenible. Si se quiere entender el presente e inferir a partir de ahí las tendencias principales que configuran el futuro, es esencial tener una visión lo más clara posible de la situación actual y de las transformaciones, los cambios, y de las dificultades a las que nos enfrentamos.

Por tanto, el objetivo de la asignatura consiste en conocer y comprender el entorno económico y su dinámica, aspectos todos ellos que condicionan e influyen en la toma de decisiones empresariales. Para alcanzar esta comprensión, se ha de dominar un instrumental analítico mínimo, enfatizando el papel que tienen las decisiones monetarias y financieras en el ámbito empresarial. También hay que internalizar unos esquemas teóricos que sitúen adecuadamente la empresa dentro de crisis recurrentes y, como es el caso, de gran importancia y trascendencia, que suponen una prueba de fuego para muchas de ellas, a la vez que es una oportunidad para las que consigan situarse adecuadamente, tomando las decisiones empresariales más correctas dentro del contexto recesivo global. Todo ello, conjuntamente con los contenidos trabajados en otras asignaturas, debe permitir al estudiante no sólo la descripción razonada y el análisis del entorno mundial, en general, y español o catalán, en particular, sino también la interpretación de los acontecimientos económicos, sociales y políticos, y la correcta acción empresarial frente a ellos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Entender los principios básicos de la economía (tanto en el ámbito microeconómico como en el macroeconómico).
- Conocer y entender los métodos (análisis positivo y normativo, análisis estático y dinámico) y los instrumentos del análisis económico (técnicas de análisis, lenguaje económico, interrelación entre variables, etc.).

CONTENIDOS:

Primera parte: Economía mundial

1. Introducción. Nexos e interrelaciones de las economías mundiales
2. Evolución de las economías mundiales
 1. La Orden Económico Internacional de posguerra
 2. Crisis del orden económico internacional de posguerra
 3. El nuevo orden: neoliberalismo global
3. Las instituciones económicas internacionales
 1. Instituciones comerciales: el GATT y la OMC
 2. Instituciones financieras: el FMI y el BM
4. Mundialización de la economía
 1. Características del proceso de mundialización
 2. Consecuencias económicas, sociales y políticas del proceso de mundialización
5. Desarrollo y subdesarrollo
 1. Estructura del subdesarrollo
 2. África, crisis económica permanente
 3. La industrialización en América Latina y Asia Oriental
6. China, transformaciones y perspectivas
7. La pobreza humana y las desigualdades en el mundo
8. La crisis financiera
9. Hacia un desarrollo humano
 1. El desarrollo humano: concepto e índice
 2. Un nuevo concepto de seguridad humana

Segunda parte: Economía española

1. Crecimiento económico y cambio estructural de la economía española
 1. Factores determinantes del crecimiento económico español
 2. La evolución de la productividad en la economía española
2. Distribución de la renta
3. El mercado de trabajo
4. Sector exterior
5. Sector público
6. Factores determinantes y características de la crisis económica en España

EVALUACIÓN:

La evaluación final se obtendrá a partir de la agregación de tres notas: exámenes, con un peso del 60% en la nota final; el trabajo de curso, con un peso del 30%, y la valoración sobre la participación de cada estudiante en los debates y trabajos comentados en clase, con un peso del 10% en la nota final. Para hacer la media de las tres notas deberá haberse obtenido un 4 en cada una de ellas.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Alonso, J. A (2003). *Lecciones sobre economía mundial*. Madrid: Civitas.
- Corral, M.; González, R. (2011). *Manual de economía mundial*, Madrid: Pirámide.
- Galduf, JM (coord.) (2005). *Economía de la Unión Europea*. Madrid: Civitas.
- García Delgado, J.L. (dir.) (1999). *España, economía: ante el siglo XXI. Edición aumentada y actualizada*. Madrid: Espasa Forum.

- García Delgado, José Luís; Myro, Rafael (dirs.) (2009). *Lecciones de economía española*, 8.^a ed. Madrid: Civitas.
- ICEX (2009). *Claves de la economía mundial*. Novena edición. Madrid: ICEX.
- ICEX (2009). *El mundo en cifras, país a país*. Cuarta edición. Madrid: ICEX.
- Krugman, P. (2009). *El retorno de la economía de la depresión y la crisis actual*. Barcelona: Crítica.
- Muñoz Ciudad, C (1992). *Estructura económica internacional*. Madrid: Civitas.
- PNUD. *Informe sobre desarrollo humano. Todos los años*. Madrid: Mundi Prensa.
- Requeijo González, J. (2009). *Odisea 2050: La economía mundial del siglo XXI*. Madrid: Alianza Editorial.
- Requeijo González, J.; Iranzo Martín, J. [et al.] (2006). *Economía española*. Delta Publicaciones.
- Tugores, J. (2001). *Economía internacional e integración económica*, 6.^a ed. Barcelona: McGraw-Hill.
- Vidal Villa, J. M. (1995). *Hacia una economía mundial*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona.

Complementaria

- Amartya Sen. *Desigualdad y desempleo en la Europa contemporánea*. Este artículo es una versión ligeramente abreviada y reelaborada de una ponencia presentada en la Conferencia de Lisboa sobre la "Europa Social" organizada por la Fundación Calouste Gulbenkian entre el 5 y el 7 de mayo de 1997. Se publica en la Revista Internacional del Trabajo con Permiso de la citada Fundación.
- Amartya Sen. *Juicios sobre la globalización*. Fractal núm. 22, julio-septiembre, 200, año 6, volumen VI, p. 37-50.
- Anisi, D. (1995). *Creadores de escasez: del bienestar al miedo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Berzosa, C. (1991). *Los nuevos competidores internacionales*. Ed. Ciencias Sociales.
- Brown, L. R. (2003). *Ecoeconomía*. Edita: Centre Unesco de Catalunya.
- Bustelo Gómez, P. (1990). *Economía política de los nuevos países industriales asiáticos*. Madrid: Siglo XXI.
- Bustelo Gómez, P. (1994). *La industrialización en América Latina y Asia Oriental*. Madrid: Complutense.
- Eduardo Giordano (2003). *Las guerras del petróleo*. Editorial: Icaria.
- Jimenez Herrero, L. (1996). *Desarrollo sostenible y economía ecológica*. Madrid: Síntesis.
- Sampedro, José L.; Berzosa C. (1996). *Estructura del subdesarrollo y hacia una conciencia mundial del subdesarrollo*, dentro Sampedro-Berzosa: *Conciencia del subdesarrollo veinticinco años después*. Madrid: Santillana, Taurus.
- UNESCO. *L'Estat del món*. Edita: Centre Unesco de Catalunya. Años: 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003.
- Vilaseca Requena, J. (1994). *Los esfuerzos de Sísifo. La integración económica en América Latina y el Caribe*. Ed. Libros de la Catarata.

Lecturas obligatorias

- Anchuelo Crego A.; García Díaz M. A. *La economía edificada sobre arena. Causas y soluciones de la crisis económica*. Editorial: ESIC Editorial. ISBN: 978-84-73566353.
- Banco de España. *Evolución reciente de la economía española*. Boletín Económico, febrero 2010.
- Banco de España (2005). *La dependencia del petróleo de la economía Española y de la Unión Económica Monetaria Europea*. Boletín Económico. Enero 2005.
- Vallado-Brown, M (1994). *La marginación de África*, dentro Berzosa C. (Coord.) *La economía en los 90: Desafíos y tendencias*. Barcelona: Icaria-Fuhem, DL
- Bastida, B. (1995). *Escenario del Siglo XXI*, dentro Oroval, E. *Crisi Econòmica i nou context internacional*. Ajuntament Lleida.
- Bou, J. (2011). *Refundar la democracia: Presupuestos participativos en contextos diversos*. Atrapasueños editorial.
- Bustelo, P. "España ante el auge de China e India", *Boletín Económico de ICE*, 2.937, 1-15 de mayo de 2008, p. 103-115.
- Bustelo, P. "China en la economía mundial: Fortalezas, debilidades y perspectivas", *Cuadernos de Información Económica (FUNCAS)*, núm. 186, mayo-junio de 2005.
- Dehesa Romero, G. de la. "Balance de la economía española en los últimos 25 años". *Información*

Comercial Española, núm. 811. Diciembre de 2003.

- Estefanía, J. (2002). *Hija que es la globalización*. Madrid: Aguilar.
- Fernández-Otheo, C. M.; Labrador, L.; Myro, R. *Deslocalización de empresas y actividades productivas en España: una primera aproximación*. Artículo publicado en el núm. 11 de la Colección Mediterráneo Económico: "Nuevos enfoques del marketing y la Creación de valor". Coordinadora: María Jesús Yagüe Guillén. ISBN: 84-95531-37-7, Edita: Cajamar, Sociedad Cooperativa de Crédito
- Hernández Contreras, F.; Herrera Izaguirre, JA: "El éxito de la economía china y las nubes negras de apoyo Crecimiento 2010". *Observatorio de la Economía y la Sociedad de China* Núm. 5, diciembre 2007. Accesible a texto completo en <http://www.eumed.net/rev/china/>
- INE. *Principales resultados de la economía española*. Notas de prensa del Instituto Nacional de Estadística.
- Krugman, P. Varios artículos sobre la evolución de la economía mundial publicados en *El País*.
- *Le Monde diplomatique*, varios números. Análisis de los artículos sobre la crisis financiera.
- PNUD (1997). *Pobreza humana: progresos y privaciones, la pobreza de ingreso*, dentro Informe sobre Desarrollo Humano.
- PNUD (2000). *Los Derechos Humanos y el Desarrollo Humano. Los Derechos que facultan a las personas para combatir la pobreza*, dentro Informe sobre Desarrollo Humano.
- PNUD. "Gobernabilidad democrática para el desarrollo humano". Dentro: *Informe sobre Desarrollo Humano 2002*. Barcelona: Ediciones Mundi-Prensa.
- Renner, M. (1997). "Transformar la seguridad". Dentro: *Estado del Mundo*, UNESCO
- Sampedro, José L.; Berzosa C. (1996). "Estructura del subdesarrollo y Hacia una conciencia mundial del subdesarrollo". Dentro: Sampedro-Berzosa: *Conciencia del subdesarrollo veinticinco años después*, Madrid: Santillana, Taurus.
- Santamaria, A. (1999). *Ajuste y desarrollo humano en África Subsahariana*, Congreso "10 años de desarrollo humano" UPV, febrero.
- Stiglitz, J. (2010). *Caída libre. El libro mercado y el hundimiento de la economía mundial*. Editorial Taurus pensamiento. Madrid.
- Stiglitz, J. (2006) *Cómo hacer que funcione la globalización*. Madrid: Taurus-Santillana.
- Stiglitz, J. (2002) *El malestar de la globalización*, Barcelona: Empúries.

Otros materiales de lectura:

- Diarios. La lectura cotidiana de diarios de información general o económica de circulación nacional es obligada en un estudiante universitario, ya que debe estar al corriente de los principales hechos sociales, políticos y económicos que se desarrollan en el mundo y en su propio país. Así que un material de lectura imprescindible para la asignatura serían los diarios: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, *Cinco Días*, *Expansión*, *La Gaceta*, etc.
- Revistas. Las dos principales revistas de economía aplicada que se publican en España son: *Papeles de Economía Española* y *Información Comercial Española*.
- Informes y revistas institucionales. Numerosos centros públicos y privados publican y distribuyen informes de coyuntura, estudios y estadísticas de variable calidad. Serán especialmente utilizados los informes del PNUD y del FMI para la economía internacional, así como los de INE, Banco de España, La Caixa y otras entidades financieras para la economía española.
- Páginas web y bases de datos en línea. En el desarrollo de la asignatura se irán proporcionando webs y bases de datos de interés.

Introducción al Análisis de Datos

Formación Básica

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Ramon Oller Piqué

OBJETIVOS:

En esta asignatura de segundo curso se introducen los principales instrumentos estadísticos que sirven para la descripción, resumen y comprensión de datos.

El estudiante debe ser capaz de recoger, organizar y planificar los datos que tiene, analizarlos resolviendo todos los problemas que puedan plantearse y sintetizarlos. Posteriormente esta información servirá para tomar decisiones. A partir de la consecución de ese objetivo el estudiante debe ser competente en la utilización del programa SPSS para poder determinar en cada caso el proceso más adecuado para analizar los datos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad de analizar e interpretar correctamente los resultados estadísticos como apoyo en el proceso de toma de decisiones.

CONTENIDOS:

1. Concepto y contenido de la estadística
 1. Objeto de la estadística
 2. Población y muestra
 3. Clasificación de los datos
2. Distribuciones unidimensionales
 1. Distribución de frecuencias
 2. Representación gráfica
 3. Medidas de posición y de dispersión
 4. Medidas de forma y concentración
3. Distribuciones bidimensionales

1. Distribución de frecuencias
2. Distribuciones marginales y condicionadas. Independencia estadística
3. Regresión lineal simple
4. Números Índice
 1. Definición de índice
 2. Índices simples y complejos
 3. Enlace y cambios de base
 4. Deflación de series de valor
5. Series temporales
 1. Tendencia
 2. Estacionalidad
6. Teoría de la probabilidad
 1. Concepto Axiomática y propiedades
 2. Determinación de la probabilidad de un suceso
 3. Independencia de sucesos
 4. Teorema de la probabilidad total Teorema de Bayes
7. Introducción al uso del programa estadístico SPSS. Utilización del programa para analizar distribuciones unidimensionales y bidimensionales.

EVALUACIÓN:

La asignatura se evaluará, en una única convocatoria, de forma continua. Para evaluar el logro de las competencias de la asignatura el profesor utilizará los siguientes instrumentos para la calificación final:

- Trabajo continuado del alumno: ejercicios en la pizarra, tutorías, etc. (15%).
- Una prueba práctica con el programa estadístico SPSS (35%).
- Un examen final con teoría y problemas de los contenidos de la asignatura (50%).

La nota final será la media ponderada de estos tres ítems, siempre y cuando se haya obtenido una nota mínima de 4 en el examen final.

En el caso de no superar la nota mínima en el examen final o no tener una media aprobada, podrá hacerse una recuperación del examen final (sigue siendo necesario una nota mínima de 4). Los 2 primeros ítems no son recuperables.

BIBLIOGRAFÍA:

- Arnaldos, F.; Díaz, T.; Faura, U.; Molera, L.; Parra, E. (2003). *Estadística descriptiva para economía y administración de empresas*. Thomson.
- Kazmier, L.J. (2006). *Estadística aplicada a administración y economía*. Madrid: McGraw-Hill.
- La-Roca, F. (2006). *Estadística aplicada a les ciències socials*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Martín Pliego, F.J. (2004). *Introducción a la estadística económica y empresarial: teoría y práctica*. Thomson.
- Pérez López, C. (2001). *Técnicas Estadísticas con SPSS*. Prentice Hall.
- Newbold, P.; Carlson, W.L.; Thorne, B. (2008). *Estadística para administración y economía*. Pearson Prentice Hall.
- Spiegel, M.R.; Stephens, L.J. (2009). *Estadística*. Madrid: McGraw-Hill.
- Tomeo Perucha, V; Uña Juárez, I. (2003). *Lecciones de estadística descriptiva*. Thomson.
- Visauta, B. (2002). *Análisis estadístico con SPSS para Windows*. Madrid: McGraw-Hill.

Microeconomía I

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Rafael de Madariaga Sánchez

OBJETIVOS:

Esta asignatura estudia los fundamentos del análisis económico a partir de la sistematización del comportamiento de los agentes individuales (consumidores, productores) y de la comprensión de los diferentes tipos de mercados.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.
- Tener capacidad de analizar e interpretar correctamente los resultados estadísticos como apoyo en el proceso de toma de decisiones.
- Tener capacidad de analizar e interpretar correctamente los resultados estadísticos como apoyo en el proceso de toma de decisiones.

CONTENIDOS:

1. La economía y el sistema económico. Microeconomía y macroeconomía. Desarrollo histórico.
2. El mercado competitivo: oferta, demanda y equilibrio.
3. Elasticidad, concepto y aplicaciones.
4. Teoría de la demanda. El comportamiento del consumidor. Demandas marshallianas y hicksianas.
5. Teoría de la oferta. El comportamiento económico de la empresa. Función de producción, costes y beneficios.
6. La empresa en los mercados de competencia perfecta.
7. Equilibrio general y eficiencia paretiana.

EVALUACIÓN:

Habrán tres pruebas escritas a lo largo del curso. En febrero se hará un examen para repescar las pruebas no superadas con anterioridad.

BIBLIOGRAFÍA:

- Frank, Robert H. (2009). *Microeconomía intermedia. Análisis y comportamiento económico*. Madrid: McGraw Hill.
- Mochón, Francisco. *Economía, teoría y política*. Madrid: McGraw-Hill.
- Nicholson, W. (2006). *Microeconomía intermedia*, 9.^a ed. Thomson.
- Katz, M. Rosen, H. Morgan, W. (2006). *Microeconomía intermedia*. Madrid: McGraw-Hill.

Sistemas de Gestión de la Información I

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Raymond Lagonigro Bertrán

OBJETIVOS:

- Analizar, evaluar y sintetizar las necesidades de información de una organización y saber aplicar las tecnologías de la información más adecuadas a sus necesidades.
- Ser capaz de operar en diferentes entornos informáticos.
- Conocer software básico de ofimática, centrándose en aspectos avanzados.
- Conocer alternativas de software libre al software de ofimática comercial.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.
- Tener capacidad de analizar e interpretar correctamente los resultados estadísticos como apoyo en el proceso de toma de decisiones.

CONTENIDOS:

1. Instrumentos avanzados de la hoja de cálculo.
2. Diseño de sistemas de información.

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Ejercicios de las sesiones presenciales	Todo el curso	20	no	1,2
Examen	-	80	sí	1,2

Sistema de evaluación

Descripción de las acciones de evaluación:

- Ejercicios de las sesiones presenciales: se trata de realizar individualmente un conjunto de ejercicios en clase, pudiendo hacer uso de cualquier material de apoyo. Cada conjunto de ejercicios se corregirá en la sesión presencial posterior a su realización. El profesor calificará globalmente la evolución del estudiante en el logro de los resultados de aprendizaje.
- Examen: para superar el examen hay dos alternativas:
 - Evaluación continua: consta de tres ejercicios individuales (Evaluación 1 y 2 en el plan de trabajo) que deben aprobarse por separado. En caso de que no se supere alguna evaluación, puede recuperarse en el examen final. Para optar a la evaluación continua es necesario asistir un mínimo de sesiones
 - Examen final: consta de dos bloques (equivalentes a las dos evaluaciones) que deben aprobarse por separado. Esta alternativa es para quien no pueda optar a la evaluación continua.

La nota final del examen es una media ponderada de los dos bloques.

BIBLIOGRAFÍA:

De cada tema se proporcionará el material necesario a través del Campus Virtual.

Inglés para la Administración y Dirección de Empresas III

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: inglés

PROFESORADO

- M. Àngels Pinyana Garriga

OBJETIVOS:

- The aim of the course is to familiarise students with language and language uses related to finance, business and economics in an international framework.
- The learning approach includes a mix of problem-solving activities, text analyses, and vocabulary building exercises, with a strong communicative element.
- The course methodology focuses on content, functional language and grammatical accuracy, with many new topic areas complementing and building on issues studied in other parts of the ADE courses.
- Grammar areas will be studied for homework. All course skills will be developed with exercises related to the world of business and economics.

CONTENIDOS:

1. Writing reports 1
 1. Facts and opinions
 2. Linking words
 3. A report on a trade finance website
2. Writing reports 2
 1. Head office relocation
 2. Catering choices
 3. Health and leisure needs
 4. Style and tone
 5. A report on facilities in the new head office
3. Mergers and acquisitions
 1. Key vocabulary of mergers, takeovers and buyouts
 2. Mergers, takeovers and buyouts
 3. The role of banks. Cause and effect
 4. Describing cause and effect
 5. Role play: A takeover bid
 6. Summarizing a meeting
4. Negotiating 1
 1. Learn to Love Negotiating
 2. Conditional offers
 3. Should we grant this loan?
 4. Making proposals, counter-proposals and conditional offers
 5. Role plays: Making proposals and conditional offers
 6. Negotiating a loan

7. Summarizing a negotiation
5. Derivatives
 1. Key vocabulary of derivatives
 2. Derivatives; an investment "Time bomb"
 3. Derivatives; clarifying, summarizing and paraphrasing
 4. Defending or criticizing derivatives
6. Negotiating 2
 1. Concluding an unsuccessful negotiation
 2. Concluding a successful negotiation
 3. Saturday opening
 4. Dealing with conflict
 5. Role play: Negotiating Saturday opening
7. Presentations 1
 1. Learning styles
 2. The introduction
 3. Visual aids
 4. Preparing an introduction
8. Presentations 2
 1. Parts of a presentation
 2. The end of a presentation
 3. Dealing with questions and troubleshooting
 4. Beginning and ending the parts of a presentation
 5. The ending of a presentation
 6. A complete presentation

EVALUACIÓN:

La evaluación del curso es continua y obligatoria para poder superar la asignatura. La nota final es el resultado de la media de las acciones de evaluación y es necesario obtener un cinco sobre diez de la parte de gramática correspondiente al 25% de la nota global del curso. Los porcentajes de los ejercicios evaluables se especifican en las acciones de evaluación. La nota de los trabajos no realizados en la fecha prevista será cero y no se podrán repetir fuera de plazo. En caso de haber suspendido la gramática, existe la posibilidad de hacer un examen de recuperación. No se podrá recuperar ninguna otra parte de los contenidos.

La evaluación continua constará de las siguientes partes:

- ejercicios de comprensión auditiva - 15%
- ejercicios de comprensión lectora - 10%
- ejercicios de léxico - 20%
- ejercicios de expresión escrita - 15%
- práctica de expresión oral - 15%
- ejercicios de gramática - 25%

BIBLIOGRAFÍA:

- *Course dossier*

Grammar book:

- Malcolm Mann; Steve Taylor-Knowles. (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan Reader.

Dirección Financiera I

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Núria Arimany Serrat

OBJETIVOS:

- Conocer el concepto de dirección financiera y las principales características.
- Conocer la financiación externa de la empresa, ya sea propia o ajena.
- Conocer la financiación interna, la importancia de los beneficios retenidos y de la amortización económica.
- Conocer la planificación financiera de una empresa y saber desarrollar el presupuesto de tesorería y de gestión.
- Ser capaz de realizar proyectos de inversión y de financiación, y conocer las principales medidas de rendimiento de las inversiones para poder tomar decisiones.
- Conocer la resistencia del rendimiento de un proyecto de inversión a las variaciones desfavorables de las diferentes variables que lo conforman.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Capacidad para actuar de acuerdo con un compromiso ético en el trabajo.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.
- Saber determinar la viabilidad económica de una inversión a partir de criterios de selección de inversiones, teniendo capacidad para interpretar los diferentes modelos teóricos de valoración de empresas.

CONTENIDOS:

1. La función financiera de la empresa
 1. Introducción a la dirección financiera
 2. Características del ciclo financiero
 3. Conceptos de inversión y financiación
 4. Principales estados financieros
2. Financiación externa
 1. Financiación ajena
 1. Financiación bancaria
 2. Emisiones de títulos
 3. Valoración de obligaciones
 2. Financiación externa propia
 1. Definición y tipos de acciones
 2. Valoración de las acciones
 3. Ampliaciones de capital
3. Financiación interna
 1. Concepto y clases
 1. Ventajas e inconvenientes de la autofinanciación
 2. Efecto multiplicador de la autofinanciación
 2. Beneficios retenidos
 3. Amortización económica
4. Planificación financiera
 1. Concepto de planificación financiera
 1. Planificación financiera a largo plazo
 2. Planificación financiera a corto plazo
 2. Estados financieros provisionales
 1. Cuenta de resultados provisional
 2. Presupuesto de tesorería
5. Análisis de los proyectos de inversión
 1. Introducción
 2. Proyectos de inversión
 3. Proyectos de financiación
 1. Proyecto de financiación ajena
 2. Proyecto de financiación propia
 4. Proyecto agregado
 5. Cálculo del coste de capital
 1. Cálculo del coste de capital de un proyecto de financiación ajena
 2. Cálculo del coste de capital de un proyecto de financiación propia
 3. Cálculo del coste de capital de un proyecto de financiación conjunta
 6. Criterios de selección de inversiones
 1. El valor actual neto
 2. El valor final neto
 3. La tasa interna de rentabilidad
 4. El plazo de recuperación de inversiones
 7. Relaciones entre los criterios de selección de inversiones
 1. Relación entre el VAN y el VFN
 2. Relación entre la TIR y la tasa de reinversión
 3. Relación entre el VAN y la TIR. Proyectos de inversión mixtos
 4. La tasa de Fisher
 8. Proyectos de inversión no comparables
 1. Proyectos de inversión con una inversión inicial diferente
 2. Proyectos de inversión con una duración diferente

6. Análisis de sensibilidad

1. Introducción
2. Análisis de sensibilidad del VAN
3. Análisis de sensibilidad de la TIR
4. Análisis de sensibilidad del VFN

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura pretende medir el grado de aprendizaje global alcanzado por el alumno. Concretamente la evaluación consta de:

- Un ejercicio de presupuestos obligatorio que supone un 10% de la nota.
- Un control que supone un 20% de la nota.
- Un examen teórico obligatorio que supone un 20% de la nota.
- Un examen práctico obligatorio que supone un 50% de la nota.

Para poder aprobar la asignatura y hacer la media es necesario aprobar el examen teórico y práctico.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Brealey, R.; Myers, S. (1998). *Fundamentos de financiación empresarial*. Madrid: McGraw-Hill.
- Brealey, R.; Myers, S.; Marcus, A. (1996). *Principios de dirección financiera*. Madrid: McGraw-Hill.
- Ferruz, Luis. *Dirección financiera*. Barcelona: Gestión 2000.
- Keown, A.; Petty, J.; Scott, D.; Martin, J. (1999). *Introducción a las finanzas*. Ed Prentice Hall.
- Suarez Suarez, A. (1996). *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*. Madrid: Pirámide.

Economía de la Empresa III. Recursos Humanos

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Francesc Baqué Puig

OBJETIVOS:

Pretendemos que el alumno adquiera y entienda los elementos clave para hacer la gestión de las personas que trabajan en la organización para que cooperen y faciliten el éxito de una empresa. Partimos del principio de que, especialmente en las empresas, es el factor humano el que diferencia que una idea o un negocio tenga éxito o fracase. Gestionar eficazmente las personas para saber obtener sus mejores aportaciones es fundamental, pero también lo es estructurar un marco organizativo y laboral que permita el desarrollo de las capacidades de aquellos que trabajan en la empresa.

En el transcurso del programa pasaremos revista al conjunto de técnicas y procesos que afectan a la dirección y gestión de personas y lo haremos de manera que sea fácil de introducirlas en las organizaciones, independientemente del ámbito en que se inserte su actividad.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Desarrollar habilidades directivas de gestión de personas y ser capaz de llevar a cabo negociaciones para obtener acuerdos favorables y sostenibles en el ámbito de la gestión empresarial.

CONTENIDOS:

El programa de la asignatura comenzará dando una visión global del marco legislativo actual que regula las relaciones laborales. Seguidamente se explicará el origen y evolución de los recursos humanos hasta la actualidad. A partir de aquí se expondrán los diferentes subsistemas de recursos humanos que conviven y interaccionan entre ellos dentro de una organización empresarial, que son los siguientes:

- Planificación de personal
- Proceso de entrada y salida
- Organización y descripción de puestos de trabajo

- Programas de formación
- Sistemas de recompensa
- Negociación colectiva
- Motivación
- El grupo en la organización
- Comunicación organizativa
- Evaluación del desempeño

EVALUACIÓN:

Habrán dos controles y un trabajo de síntesis hacia el final de la asignatura. Los dos controles representarán el 40% y el 40% respectivamente de la nota final, y el trabajo de síntesis tendrá un valor del 20% sobre la nota final. La nota mínima para hacer media entre los módulos y el trabajo de síntesis será de 4.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Peters, Tom (1994). *Nuevas Organizaciones en tiempos de caos*. Bilbao: Deusto.
- Perretta, Jean Marie (1997). *Todos somos directoras de recursos humanos*. Barcelona: Gestión 2000.
- Handy, Charles (1997). *Más allá de la incertidumbre*. Apóstrofe.
- Gretz, K.; Drozdeck, S. (1994). *Aproveche la creatividad de sus empleados*. McGraw-Hill.
- Aedipe (1992). *La dimensión humana de la empresa del futuro*. Bilbao: Deusto, 1992.
- Covey, Stephen (1992). *Los siete hábitos de la gente eficaz*. Barcelona: Paidós Empresa núm. 16.
- Semler, Ricardo (1996). *Radical*. Barcelona: Gestión 2000.
- Gasalla, José María (1997). *La nueva dirección de personas*. Madrid: Pirámide.
- Aguirre de Mena, J. (2000). *Dirección y gestión de personal*. Madrid: Pirámide.
- Iglesias Millán, J.A. (1992). *La gestión de los recursos humanos aplicada al sector turístico*. Barcelona: Bosch.
- Nebot López, M.J. (1999). *La selección de personal*. Fundación Confemetal.
- Serrat Julià, Josep (1996). *La gestión de personal en la empresa turística*. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Elordoy Mota, Juan (1993). *Estrategia de empresa y recursos humanos*. McGraw-Hill.
- Puchol, Luís (2000). *Dirección y gestión de recursos humanos*. Madrid: Díaz de Santos.

Estadística

Formación Básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi Casas Vilaró
- Ramon Oller Piqué

OBJETIVOS:

En esta asignatura introducimos al estudiante en la estadística inferencial. Hacemos especial atención en el cálculo de probabilidades con modelos de variables aleatorias, tanto discretas como continuas. Este es un primer paso para la comprensión de los fenómenos cuantitativos económicos y empresariales. También se trabajan los conceptos de muestreo, tanto desde un punto de vista teórico como práctico y la estimación de parámetros poblacionales. Para terminar se explican los principales contrastes de hipótesis y el modelo de regresión lineal simple. Todos estos conceptos se trabajan mediante la resolución de problemas aplicados a la gestión empresarial.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad de analizar e interpretar correctamente los resultados estadísticos como apoyo en el proceso de toma de decisiones.

CONTENIDOS:

1. Variables aleatorias unidimensionales
 1. Funciones de probabilidad y de distribución
 2. Modelos de variables aleatorias discretas
 3. Modelos de variables aleatorias continuas
2. Variables aleatorias bidimensionales
 1. Definición
 2. Covarianza y correlación
3. Muestreo
 1. Noción de muestra
 2. Tipos de muestreo

3. Estadísticos básicos
4. Estimación de parámetros
 1. Definición de estimador
 2. Propiedades de los estimadores
 3. Estimación puntual
 4. Estimación por intervalo
5. Contrastación de hipótesis
 1. Definición. Tipos de error
 2. Hipótesis sobre la media
 3. Hipótesis sobre la varianza
 4. Hipótesis sobre proporciones
 5. Análisis de la varianza
6. Pruebas Khi-cuadrado
 1. Contraste de la bondad del ajuste
 2. Contraste de homogeneidad
 3. Contraste de independencia
7. Modelo de regresión lineal simple
 1. Formulación e hipótesis
 2. Estimación de parámetros
 3. Inferencia, bondad del ajuste y predicción
8. Utilización del programa informático SPSS para trabajar modelos de variables aleatorias y resolver ejercicios de intervalos de confianza y contrastes paramétricos.

EVALUACIÓN:

La asignatura se evaluará, en una única convocatoria, de forma continua. Para evaluar el logro de las competencias de la asignatura el profesor utilizará los siguientes instrumentos para la calificación final:

- Trabajo continuado del alumno: ejercicios en la pizarra, tutorías, etc. (20%)
- Dos pruebas con teoría y problemas de los contenidos de la asignatura (80%)

La nota final será la media ponderada de estos dos ítems, siempre y cuando se haya obtenido una nota mínima de 4 en cada prueba.

En el caso de no superar la nota mínima en alguna de las dos pruebas o no tener una media aprobada, podrá hacerse una recuperación de una de las dos pruebas (sigue siendo necesario una nota mínima de 4). El primer ítem no es recuperable.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alea Riera, M.V. (1999). *Estadística aplicada a les ciències econòmiques i socials*. Barcelona: Universitat de Barcelona: McGraw Hill.
- Newbold, P. (2008). *Estadística para los negocios y la economía*. PrenticeHall.
- Hanke, J.E.; Reitsch, A.G. (1995). *Estadística para negocios*. Madrid: Irwin.
- Martín-Pliero, F.J.; Montero, J.M.; Ruíz-Maya, L. (2005). *Problemas de inferencia estadística*. México: Thomson.
- Parra, I. (2003). *Problemas de inferencia estadística*. México: Thomson.
- Ruíz-Maya, L.; Martín-Pliero, F.J. (2005). *Fundamentos de inferencia estadística*. México: Thomson.
- Wonnacot, T.H.; Wonnacot, R.J. (1989). *Fundamentos de estadística para administración y economía*. México: Limusa.

Historia Económica Mundial

Formación Básica

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Santiago Ponce Vivet

OBJETIVOS:

La historia económica contemporánea analiza la evolución de la economía mundial y la diferenciación territorial que ha generado. Se trata de dar a los estudiantes las referencias históricas que les permitirán comprender la estructura y la situación económicas internacionales del presente. Por tanto, el objetivo fundamental de esta asignatura es que el alumnado adquiera las competencias que se proponen.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener una formación básica de la historia económica con espíritu crítico de los hechos históricos y sus consecuencias y saber relacionar los diferentes hechos económicos que han sucedido a lo largo de los años.
- Conocer los paradigmas básicos de la sociología, sabiendo identificar los principales actores, instituciones y estructuras sociales.

CONTENIDOS:

1. La formación de la economía de mercado
 1. Tipología de las grandes formas económicas.
 2. La formación del sistema capitalista y la crisis de las sociedades preindustriales en la Edad Moderna.
 3. Los regímenes demográficos
2. La formación del mundo contemporáneo en el siglo XIX
 1. Industrialización, capitalismo y liberalismo
 2. La Revolución Industrial británica. Factores endógenos y exógenos
 3. La Revolución Industrial británica. Take off
 4. Pautas de industrialización en el siglo XIX
 5. La economía internacional en el siglo XIX
3. Las tensiones y el crecimiento económico en el siglo XX
 1. La Gran Guerra y sus consecuencias
 2. La crisis de 1929 y la depresión económica internacional

3. Las salidas a la crisis: El New Deal y el nazismo
4. La Revolución Rusa y la economía soviética
5. La Perestroika y la Rusia poscomunista
6. La reconstrucción de Europa después de la II Guerra Mundial
7. Bretton Woods y el GATT
8. El crecimiento económico y la edad de Oro
9. La crisis del petróleo de 1973 y la economía internacional del último tercio del siglo XX

EVALUACIÓN:

La evaluación final de la asignatura es el resultado de la media aritmética ponderada de las diferentes partes donde se evalúan actividades diversas como ejercicios (20%), pruebas parciales de contenido (20%), de vocabulario (20%), lecturas (20%), trabajo en equipo (20%). El hecho de no entregar o presentar una actividad tiene una penalización de -0.3 puntos de la nota final para cada una de las actividades no presentadas. Además, hay que tener presente que hay una única convocatoria, que la evaluación es continua, que la recuperación de los contenidos no superados de la asignatura solo es parcial.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Feliu, G.; Sudrià, C. (2006). *Introducció a la història econòmica mundial*. Barcelona: Universitat de Barcelona; Valencia: Universitat de Valencia.
- Aracil, R. (1988). *Historia económica contemporánea*. Barcelona: Teide.
- Aracil, R.; Segura, A. (1993). *Història econòmica mundial i d'Espanya*. Barcelona: Teide.
- Ashwort, W. (1978). *Breve historia de la economía internacional, desde 1850*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Beaud, M. (1986). *Historia del capitalismo. De 1500 a Nuestros días*. Barcelona: Ariel.
- Bernard, P.J. (1989). *Histoire du développement économique. XVIII-XXème siècles*. París: Ellipses.
- Bustelo, F. (1994). *Historia económica. Introducción a la historia económica mundial. Historia económica de España en los siglos XIX y XX*. Madrid: Complutense.
- Cameron, R. (1990). *Historia económica mundial. Desde el paleolítico hasta el presente*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cipolla, C.M. (1979-1982). *Historia económica de Europa. 3: La revolución industrial. 4: El nacimiento de las sociedades industriales. 5: El siglo XX. 6: Economías contemporáneas*. Barcelona: Ariel.
- Delfauld, P.; Gerard, Cl.; Guillaume, P.; Lesourd, J.A. (1984). *Nueva historia económica mundial (siglos XIX-XX)*. Barcelona: Vicens Vives.
- Foremman-Peck, J. (1985). *Historia de la economía mundial. Las relaciones económicas mundiales desde 1850*. Barcelona: Ariel.
- Kenwood, A.G.; G.Lougheed, A.L. (1989). *Historia del desarrollo económico internacional. Desde 1820 hasta nuestros días*. Madrid: Istmo.
- Maddison, A. (1991). *Historia del desarrollo capitalista. Sus fuerzas dinámicas. Una visión comparada a largo plazo*. Barcelona: Ariel.
- Niveau, M. (1985). *Historia de los hechos económicos contemporáneos*. Barcelona: Ariel.
- Vidal, J.M. (1995). *Cap a una economia mundial. Nord-Sud cara a cara*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona.

Enlaces

- <http://www.xtec.net/~aguiu1/socials/index.htm>
- <http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/9/Usr/Apdorta/resocial.htm>
- <http://www.socialesweb.com/> <http://pandora.uab.es/weblib/pagines/ecanales.html>
- <http://www.uv.es/~apons/> <http://www.xtec.net/~jdolcet/socials/>
- <http://www.csic.es/cbic/BGH/recinter.htm>

- <http://www.iespana.es/jocana59/enlaces/index.htm>
- <http://www.historiasiglo20.org>
- <http://www.ucm.es/BUCM/ghi/0500.htm>
- http://www.upf.edu/bibtic/nova_url.htm
- <http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/geohis/>
- <http://personal4.iddeo.es/jllovet/ghcweb/index.html>
- <http://www.geocities.com/SunsetStrip/Studio/2982/historia.html>
- <http://webs.racocatala.cat/seglexx/> <http://www.xtec.net/~csoria1/>
- <http://www.xtec.net/~jperez/hmc/>
- <http://idd02n6r.eresmas.net/spanish.htm>
- <http://www.buscabiografias.com>
- <http://www.biografiasyvidas.com>
- <http://www.orange.fr/bin/frame.cgi?u> = <http://pp.auto.search.ke.voila.fr>
- <http://www.cinehistoria.com>
- <http://www.cinescola.info>
- <http://www.xtec.net/~jbuxader/index.htm>

Microeconomía II

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Rafael de Madariaga Sánchez

OBJETIVOS:

Esta asignatura desarrolla temas de microeconomía intermedia. En la primera parte se explican los posibles errores del mercado. Situaciones en las que los mercados competitivos no funcionan correctamente; fallos del mercado que requieren la intervención pública para evitar los efectos perversos sobre el bienestar. La segunda parte analiza diversas estructuras de los mercados reales evaluando los efectos sobre el bienestar y la asignación de recursos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Entender los principios básicos de la economía (tanto en el ámbito microeconómico como macroeconómico).
- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.
- Conocer y entender los métodos (análisis positivo y normativo, análisis estático y dinámico) y los instrumentos del análisis económico (técnicas de análisis, lenguaje económico, interrelación entre variables, etc.).

CONTENIDOS:

1. El equilibrio competitivo y los teoremas de la economía del bienestar
2. Las limitaciones del mercado competitivo. Errores del mercado e intervención pública.
3. Los mercados de factores productivos. El mercado de trabajo. Los mercados de capital.
4. Modelos de competencia imperfecta: monopolio, oligopolio, competencia monopolística.

EVALUACIÓN:

Habrán tres pruebas escritas a lo largo del curso y varios ejercicios para la corrección en grupos.

En la convocatoria oportuna habrá una recuperación de las partes no superadas.

BIBLIOGRAFÍA:

- Bowles, S. (2003). *Microeconomics. Behavior, institutions and evolution*. Princeton: Princeton University Press.
- Gravelle, H.; Rees, R. (2006). *Microeconomía*. Madrid: Pearson.
- Frank, Robert H. (2009). *Microeconomía intermedia. Análisis y comportamiento económico*. Madrid: McGraw Hill.
- Nicholson, W. (2004). *Teoría microeconómica*, 8.^a ed. Madrid: Thomson.
- Nicholson, W. (2006). *Microeconomía Intermedia*, 9.^a ed. Madrid: Thomson.
- Katz, M.; Rosen, H.; Morgan, W. (2006). *Microeconomía intermedia*. Madrid: McGraw-Hill.
- Carrasco [et al.] (2003). *Microeconomía intermedia. Problemas y cuestiones*. Madrid: McGraw-Hill.

Sistemas de Gestión de la Información II

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jordi Casas Vilaró

OBJETIVOS:

- Analizar, evaluar y sintetizar las necesidades de información de una organización y saber aplicar las tecnologías de la información más adecuadas a sus necesidades.
- Aprender a implementar y gestionar una base de datos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.

CONTENIDOS:

1. Modelo relacional
2. Gestores de bases de datos
 1. Creación de bases de datos
 2. Consultas QBE
 3. Lenguaje SQL
 4. Informes
 5. Formularios

EVALUACIÓN:

Tipo de acción	Fechas	% de la nota	Aprobar obligatorio (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Ejercicios de las sesiones presenciales	Todo el curso	10	no	1, 2, 3
Trabajo en grupo	-	20	sí	1, 2, 3
Examen	-	70	sí	1, 2, 3

Sistema de evaluación

Descripción de las acciones de evaluación:

- Ejercicios de las sesiones presenciales: se trata de realizar individualmente un conjunto de ejercicios en clase, pudiendo hacer uso de cualquier material de apoyo. Cada conjunto de ejercicios se corregirá en la sesión presencial posterior a su realización. El profesor calificará globalmente la evolución del estudiante en el logro de los resultados de aprendizaje.
- Trabajo en grupo: se trata de realizar un trabajo en grupo, pudiendo hacer uso de cualquier material de apoyo, y exponerlo en clase.
- Examen: para superar el examen hay dos alternativas:
 - Evaluación continua: consta de tres ejercicios individuales (Evaluación 1, 2 y 3 en el plan de trabajo) que deben aprobarse por separado. En caso de que no se supere alguna evaluación, se puede recuperar en el examen final. Para optar a la evaluación continua es necesario asistir un mínimo de sesiones
 - Examen final: consta de 3 bloques (equivalentes a las 3 evaluaciones) que deben aprobarse por separado. Esta alternativa es para quien no pueda optar a la evaluación continua.

La nota final del examen es una media ponderada de los tres bloques.

BIBLIOGRAFÍA:

De cada tema se proporcionará el material necesario a través del Campus Virtual.

ASIGNATURAS DE TERCER CURSO

Contabilidad de Costes

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Elisabet Paxau Tura

OBJETIVOS:

La contabilidad de costes es una de las partes de la contabilidad de gestión y se centra en el cálculo de costes de los servicios o productos que ofrece una empresa. La asignatura pretende que el estudiante aprenda a pensar en términos de costes y de gestión empresarial. El objetivo de la asignatura es que el estudiante sepa calcular el resultado interno de la empresa.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Capacidad para actuar de acuerdo con un compromiso ético en el trabajo.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer cómo se utiliza la contabilidad como lenguaje de la realidad económica de la empresa.
- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la contabilidad interna.
 1. La contabilidad como sistema de información
 2. La contabilidad externa y la contabilidad interna
 3. Conceptos fundamentales de la contabilidad interna
2. El coste de los factores
 1. Definición
 2. Clasificación de los costes

3. Análisis del ciclo interno de la empresa
 1. Clases de producción
 2. Los procesos productivos
4. El ciclo contable de la contabilidad de costes
 1. Clasificación de los costes
 2. Localización de los costes
 3. Imputación de los costes
 4. Cuenta de resultados
5. Clases de costes
 1. El coste de los materiales
 2. El coste del personal
 3. Los costes indirectos
6. Localización e imputación de los costes
 1. Definición y clasificación
 2. Reparto primario y secundario
 3. Imputación de los costes
7. Sistemas de costes por órdenes de producción y por procesos
 1. Sistema de costes por órdenes de producción
 2. Sistema de costes por procesos
8. Los sistemas de costes completos
 1. Full costing
 2. Imputación racional
9. La producción conjunta
 1. Definición de costes conjuntos
 2. Los productos principales
 3. Los subproductos

EVALUACIÓN:

La nota final de la asignatura se obtendrá a partir de la siguiente evaluación continua:

- A la finalización del tema 4 se realizará un control teórico para comprobar los conocimientos adquiridos hasta el momento (20%).
- Durante el curso, deberán resolverse, comentar y entregar 2 ejercicios a la profesora (30%).
- A la finalización del tema 8 habrá un control práctico, que debe aprobarse para poder superar la asignatura (50%).

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Amat, O.; Soldevila, P. (2002). *Contabilidad y gestión de costes*. Barcelona: Gestión 2000.
- Amat, O.; Soldevila, P.; Aguilà, S. (2000). *Ejercicios y casos resueltos de contabilidad y gestión de costes*. Barcelona: Gestión 2000.
- Horngren, C.T.; Foster, G. (2007). *Contabilidad de costes*. Ed. Pearson Prentice Hall.
- Martín Peña, F.; Ros, J. (2003). *Costes. Contabilidad y gestión*. Centro de Estudios Financieros.
- Paxau, E.; Pérez, A. (2000). *Costos empresariais i control de gestió. Casos pràctics*. Vic: Eumo Editorial.
- Rocafort, A.; Ferrer, V.(2008). *Contabilidad de costes: fundamentos y ejercicios resueltos*. Panal Profit.
- Tejada, A.; Pérez, R. (2004). *Contabilidad de costes*. Ed. Pearson Prentice Hall.
- Viñas, J. (2002). *Exercicis resolts de comptabilitat de costos*. Girona: Universitat de Girona.

Dirección Comercial I

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Cèsar Duch Martorell

OBJETIVOS:

El objetivo principal de la asignatura es conocer los elementos básicos de la dirección comercial de empresas y organizaciones. Estos fundamentos de marketing son necesarios en diversas profesiones relacionadas con la gestión empresarial: directivo, empresario, técnico, consultor, docente o investigador.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos básicos del marketing en las organizaciones, tanto a nivel nacional como internacional.

CONTENIDOS:

1. Introducción al marketing
 1. Concepto y definición de marketing
 2. Conceptos centrales sobre el cliente y el mercado
 3. Diseño de una estrategia comercial
 4. Filosofías de la dirección comercial
 5. Creación de relaciones con los clientes
 6. Captación de valor de los clientes
2. Comportamiento de compra de los consumidores y de las organizaciones
 1. Modelo de comportamiento del consumidor final
 2. Características que afectan al comportamiento del consumidor final
 3. Proceso de decisión del comprador final
 4. Proceso de decisión de compra de nuevos productos
 5. Mercados industriales
 6. Comportamiento de compra de los compradores industriales
3. Segmentación de mercados, definición del público objetivo y posicionamiento de producto
 1. Segmentación de mercados, definición del público objetivo y posicionamiento de producto
 2. Segmentación de mercados de consumo

3. Segmentación de mercados industriales
4. Determinación del mercado objetivo
5. Estrategias de posicionamiento
4. Decisiones sobre producto
 1. Concepto y clasificación de productos y servicios
 2. Decisiones sobre productos individuales y sobre líneas y carteras de productos
 3. Estrategia de desarrollo de marca
 4. Marketing de servicios
 5. Desarrollo de nuevos productos
 6. Estrategias a lo largo del ciclo de vida del producto
5. Decisiones sobre precio
 1. Concepto de precio
 2. Factores que afectan a la fijación de precios
 3. Fijación de precios en nuevos productos
 4. Fijación de precios en combinaciones de productos
 5. Estrategias para el ajuste de precios
 6. Cambios en los precios
6. Decisiones sobre distribución
 1. Naturaleza e importancia de los canales de distribución
 2. Comportamiento y organización del canal
 3. Decisiones sobre el diseño del canal
 4. Decisiones sobre la gestión del canal
 5. Tipos de detallistas y mayoristas
7. Decisiones sobre promoción
 1. El mix de comunicación de marketing
 2. Comunicación de marketing integrada
 3. Establecimiento de la mezcla global de promoción
 4. Principales decisiones sobre publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas
 5. Principales decisiones sobre venta personal y marketing directo

EVALUACIÓN:

El sistema de evaluación es el siguiente:

- Un examen final (50%).
- Las resoluciones escritas, orales y la participación activa en las actividades didácticas (50%).

La nota final de la asignatura es la suma de las calificaciones obtenidas en los dos apartados anteriores. Para aprobar, la suma debe ser superior a 5 (sobre 10) y se deber haber obtenido una nota mínima de 4,5 (sobre 10) en cada uno de los dos apartados.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Armstrong, Gary [et al.] (2011). *Introducción al marketing*. Madrid: Pearson.

Dirección Financiera II

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Jesús Vinyes Vila

OBJETIVOS:

La asignatura está orientada a la valoración de la empresa, y a mostrar cómo este valor queda modificado por las decisiones financieras. Para introducirse en la valoración, habrá que identificar, en primer término, cuáles son los mecanismos válidos de valoración; después determinar cuáles son las técnicas utilizadas para valorar la empresa y, por último, analizar cómo afectan al valor de la empresa las decisiones financieras.

El objetivo es proporcionar al estudiante los conocimientos y los mecanismos necesarios para poder determinar y analizar la relación entre rentabilidad y riesgo de un título y/o cartera de títulos a partir de los diferentes modelos financieros y también reconocer los efectos que la política financiera de la empresa tiene sobre su valor.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Saber determinar la viabilidad económica de una inversión a partir de criterios de selección de inversiones, teniendo capacidad para interpretar los diferentes modelos teóricos de valoración de empresas.

CONTENIDOS:

1. Teoría del mercado eficiente
 1. Concepto de mercado eficiente
 2. Hipótesis de mercado eficiente
 3. Evidencias empíricas de la eficiencia del mercado
 4. Conclusiones sobre la eficiencia del mercado
2. Teoría de valoración de activos financieros
 1. Teoría de selección de carteras modelo Markowitz

2. Modelo diagonal de Sharpe
3. Teoría del equilibrio en el mercado de capitales
4. Modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model)
5. Modelo APT (Arbitraje Pricing Theory)
6. Modelo de tres factores.

EVALUACIÓN:

Para evaluar los resultados conseguidos por el alumno se tendrá en cuenta:

- La realización de diferentes prácticas, como mínimo 3. El valor de todas estas prácticas será de 4 puntos y deberán realizarse todas para poder superar la asignatura.
- Dos exámenes o controles, uno por escrito que incluirá teoría y algo de práctica y uno práctico a realizar con el programa EXCEL. Globalmente la parte teórica tendrá el mismo valor que la práctica.

Para superar la asignatura será necesario que:

- Hayan realizado y entregado todas las prácticas en los plazos establecidos.
- Obtener una nota mínima total de 2 puntos sobre los 6 de los exámenes.
- Que la suma de la nota de los dos exámenes y la de las prácticas sea igual o superior a 5 puntos sobre los 10 totales.

Repesca

- Los alumnos que no hayan superado la asignatura a través de la evaluación continua tendrán la posibilidad de hacer un examen de repesca de 6 puntos sobre todos los contenidos de la asignatura.
- No podrá repescarse ninguna práctica.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart, C.(2002). *Fundamentos de Financiación empresarial*, 5.^a ed. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España. 805 pág. ISBN 8448120221.
- Suárez Suárez, Andrés (2005). *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*, 21.^a ed. Madrid: Pirámide. ISBN 8436818997.

Complementaria

- Berk, Jonathan; Demarzo, Peter (2008). *Finanzas Corporativas*, 1.^a ed. México: Pearson Educación. 988 pág. ISBN 9706860142.
- Block, Stanley B.; Hirt, Geoffrey, A. (2005). *Administración Financiera*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España. 653 pág.
- Block, Stanley B.; Hirt, Geoffrey, A. (2001). *Fundamentos de gerencia financiera*. Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España.
- Bodie, Zvi; Kane, Alex; Marcus, Alan J. (2004). *Principios de inversiones*, 5.^a ed. Madrid: McGraw-Hill. 578 pág. ISBN 8448140753.
- Bodie, Zvi; Merton, Robert C. (2003). *Finanzas*. México DF: Pearson Educación. 479 pág. ISBN 9702600979.
- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart C. *Principios de finanzas corporativas*, 7.^a ed. Madrid: McGraw-Hill. 764 pág. ISBN 8448121562.
- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart C. (1991). *Principles of corporate finance*, 4th ed. New York: McGraw-Hill. 924, 15, 11 19, 21 pág. ISBN 0-07-100756-3.
- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart C.; Marcus, Alan J. (2007). *Fundamentos de finanzas corporativas*, 5.^a ed. Madrid: McGraw-Hill. 848 pág. ISBN 8448156617.

- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart C.; Marcus, Alan J. (1996). *Principios de dirección financiera*. Madrid: McGraw-Hill. ISBN 84-481-0608-3.
- Brigham, Eugene F.; Houston, Joel F. (2005). *Fundamentos de administración financiera*, 10.^a ed. México DF: Thomson. 831, [61] p. ISBN 970-686-431-8.
- Díez de Castro, Luis; López, Joaquín (2008). *Dirección financiera*. Madrid: Prentice Hall. 256 pág. ISBN 978-848-322-351-2.
- Gómez-Bezares, Fernando (2000). *Gestión de carteras: (eficiencia, teoría de cartera, CAPM, APT)*, 2.^a ed. Bilbao: Desclée de Brouwer. 179 pág. ISBN 8433009842.

Econometría I

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Joan C. Martori Cañas
- Ramon Oller Piqué

OBJETIVOS:

La asignatura pretende introducir al estudiante en los modelos estadísticos, económicos y econométricos. Los objetivos son entrenar al alumno en la práctica empírica para conocer la realidad económica, ofrecer recursos y estrategias para las técnicas cuantitativas más usuales. Iniciar al alumno en la modelización econométrica mediante paquetes informáticos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad de analizar e interpretar correctamente los resultados estadísticos como apoyo en el proceso de toma de decisiones.

CONTENIDOS:

1. El modelo de regresión lineal múltiple:
Especificación. Estimación. Inferencia. Predicción. Restricciones. Permanencia estructural.
2. Observaciones atípicas:
Apalancamiento de una observación. Análisis de residuos. Distancia de Cook.
3. Multicolinealidad:
Causas. Consecuencias. Detección. Soluciones.
4. Variables exógenas cualitativas:
Variables dicotómicas y politómicas. Interpretación de los coeficientes.
5. Problemas del MRLM:
Heteroscedasticidad y autocorrelación. Concepto, detección y soluciones.

EVALUACIÓN:

Dos pruebas durante el curso que contarán un 25% cada una. El 50% restante se obtendrá de un enunciado integrador al final del cuatrimestre.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alegre, J.; Arcarons, J.; Bolancé, C.; Díaz, L. (1995). *Problemas y ejercicios de econometría*. Madrid: AC.
- Artís, M.; Claro, M.; del Barrio, T.; Guillén M.; Suriñach, J. (1999). *Introducción a la econometría*. Barcelona: Ediuoc.
- Fernández, A.; González, P.; Regúlez, M.; Moral, P.; Esteban, V. (2005). *Ejercicios de econometría*. Madrid: McGraw-Hill, 2.^a ed.
- Gujarati, D. (2006). *Principios de econometría*, 3.^a ed. México: McGraw-Hill
- Gujarati, D., Porter, D.C. (2009). *Econometría*, 5.^a ed. México: McGraw-Hill
- Greene, W. (2000). *Análisis econométrico*. Madrid: Prentice Hall.
- Martín, G.; Labeaga, J.M. (1997). Mochón, F. *Introducción a la econometría*. Madrid: Prentice Hall.
- Wooldridge, J.M. (2006). *Introducción a la econometría. Un enfoque moderno*, 2.^a ed. Madrid: Thomson

Matemáticas de las Operaciones Financieras

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Francesc X. Vicente Soriano

OBJETIVOS:

Proporciona al estudiante los fundamentos y las bases matemáticas necesarias para valorar los conjuntos de capitales financieros que intervienen en las operaciones financieras, de manera que se familiarice con la terminología y la operativa propia de la materia.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad para actuar de acuerdo con un compromiso ético en el trabajo.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.
- Saber determinar la viabilidad económica de una inversión a partir de criterios de selección de inversiones, teniendo capacidad para interpretar los diferentes modelos teóricos de valoración de empresas.

CONTENIDOS:

1. Introducción
 1. Operación financiera
 2. Capital financiero
 3. Clasificación de operaciones
 4. Equivalencia financiera
2. Regímenes financieros
 1. Interés simple vencido (descuento matemático)
 2. Interés simple anticipado (descuento comercial)
 3. Interés compuesto vencido. Interés compuesto anticipado (descuento compuesto)
 4. Equivalencias
 5. Letras del Tesoro

6. Pagares
3. Rentas
 1. Parte general
 2. Rentas constantes
 3. Rentas variables geoméricamente y aritméricamente
 4. Rentas fraccionadas
 5. Obligaciones y bonos
4. Préstamos
 1. Parte general
 2. Préstamos de amortización no periódica
 3. Préstamos de amortización periódica
 4. Valoración de préstamos

EVALUACIÓN:

De los temas 2, 3 y 4 habrá una prueba al final de cada tema que tendrá un peso del 33,33% de la nota total.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

Teoría

- Gil Peláez, L. (1989). *Matemática de las operaciones Financieras*. Madrid: AC.
- Rodríguez Rodríguez, A. (1994). *Matemática de la Financiación*. Romargraf.

Problemas

- Alegre Escolano, P.; Bahía Batlle, C.; Borrel Vidal, M.; Sancho Insa, T. (1989). *Ejercicios resueltos de Matemática de las operaciones financieras*. Madrid: AC.
- Fontanals Albiol, H. (1992). *Matemática financiera. Supuestos*. Ediciones S.
- Gil Peláez, L.; Barquero, M.J., Gil, M.A.; Maestro, M.L. (1989). *Matemática de las operaciones financieras. Problemas resueltos*. Madrid: AC.
- González Catalá, V. (1991). *Enfoque práctico de las operaciones de la matemática financiera*. Madrid: Ediciones Sociales.
- Vicente Soriano, X. (1996). *Problemes resolts de matemàtica financera*. Vic: Eumo Editorial.

Todos ellos se pueden localizar en la biblioteca de la UVic.

Complementaria

Se especificará en cada tema.

Contabilidad III

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Anna M. Pérez Quintana

OBJETIVOS:

Las organizaciones económicas se enfrentan cada vez más a un nivel más alto de complejidad y a unos entornos que cambian continuamente; esto provoca que tengan que anticipar la evolución y el funcionamiento de los diferentes negocios, visualizando en la medida de lo posible sus puntos fuertes y débiles. En este marco, pues, la contabilidad de gestión se inscribe precisamente en esta lógica de dotar a las organizaciones de las herramientas que le sirven para gestionar sus negocios.

El objetivo de la asignatura es ofrecer las herramientas que la contabilidad de gestión ofrece a las empresas para implantar los sistemas de información adecuados para que los directivos tengan la información necesaria de cada área de negocio para la toma de decisiones.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer cómo se utiliza la contabilidad como lenguaje de la realidad económica de la empresa.
- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.

CONTENIDOS:

1. La contabilidad de gestión
 1. Definición
 2. Objetivos
2. Modelo Direct Costing
 1. Definición

2. Toma de decisiones
3. Control presupuestario
 1. Presupuestos
 2. Costes estándar y desviaciones
4. Otros desarrollos de la contabilidad de costes como herramienta de gestión
 1. Análisis coste-volumen-beneficio
 2. El modelo ABC
 3. Los costes de la calidad
5. Los indicadores y el cuadro de mando integral
 1. Los indicadores
 2. El cuadro de mando integral

EVALUACIÓN:

- Habrá un control al final de los temas 2, 3, 4.1 y 4.3. que tendrán un peso cada uno de un 20%, es decir, un total del 80% (el tema 1 se evaluará junto con el tema 2). Es obligatorio realizar los 4 controles para poder aprobar la asignatura.
- El tema 5 se evaluará realizando un trabajo que valdrá un 20%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Amat, Joan M. (1992). *Control presupuestario*. Barcelona: Gestión 2000.
- Amat, O. (1994). *La contabilidad de gestión actual: nuevos desarrollos*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- Amat, O. (2000). *Ejercicios y casos resueltos de contabilidad y gestión de costes*. Barcelona: Gestión 2000.
- Amat, O.; Soldevila, P. (2011). *Contabilidad y gestión de costes*. Ediciones Gestión 2000.
- Amat, O.; Soldevila, P y Aguilà, S. (2000). *Ejercicios y casos resueltos de contabilidad y gestión de costes*. Barcelona: Gestión 2000.
- Amat, O. (2004). *Costes de calidad y de no calidad*. Barcelona: Gestión 2000.
- Ayuso, A.; Barrachina, M.; Garrigos, R.; Tamarit, C.; Urquidi, A. (2011). *Casos prácticos resueltos de contabilidad de costes*.
- Brimson James, A. (1995). *Contabilidad por actividades: un enfoque de costes basado en las actividades*. Barcelona: Marcombo.
- Cañabate, A. (1993). *Casos de costos i presa de decisions*. Barcelona: UPC.
- Horngren, CT; Foster, G. (2007). *Contabilidad de costes*. Ed. Pearson Prentice Hall.
- Kaplan, Robert S. (1997). *El cuadro de mando integral. The balanced scorecard*. Barcelona: Gestión 2000.
- Muñiz, L. (2009). *Control presupuestario*.
- Paxau, E.; Pérez, A. (2000). *Costos empresariales i control de gestió. Casos pràctics*. Vic: Eumo Editorial.
- Rocafort, A.; Ferrer, V. (2008). *Contabilidad de costes: fundamentos y ejercicios resueltos*. Panal Profit.
- Tejada, A.; Pérez, R. (2004). *Contabilidad de costes*. Ed. Pearson Prentice Hall.
- Rosanas Martí, J.M. (1992). *Informació comptable per a la presa de decisions empresarials: una introducció a la comptabilitat*. Barcelona: Ariel.
- Santandreu, Eliseu. (1995). *Cálculo de costes con el método ABC*. Barcelona: Gestión 2000.
- Viñas, J. (2002). *Exercicis resolts de comptabilitat de costos*. Universitat de Girona.
- *Noves tendències en control i comptabilitat de gestió*. Barcelona: ACCID, DL 2007.
- *Contabilidad de gestión para la toma de decisiones*. Madrid: AECA, 200.
- *El sistema de costes basado en las actividades*. Madrid: AECA, 1997.
- *Avances y prácticas empresariales en contabilidad de gestión*. Madrid: AECA, 1996.
- *La contabilidad de gestión en los noventa: 50 artículos divulgativos*. Madrid: AECA, 1996.

- *La contabilidad de gestión actual: nuevos desarrollos.* Madrid: AECA, 1994.
- *Estudio sobre la implantación de la contabilidad de gestión en España.* Madrid: AECA, 1994.
- *La contabilidad de gestión como instrumento de control.* Madrid: AECA, 1990.
- *Costas de calidad.* Madrid: AECA, 1995.
- *Costas estándares y análisis de desviaciones.* Madrid: AECA, 1996.
- *Manual de control de gestión,* 2010.
- *Dominar el cuadro de mando integral: manual práctico basado en más de 100 experiencias.* Barcelona: Deusto, 2006.

Derecho Laboral

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Josefina Domènech Rierola

OBJETIVOS:

Proporcionar al estudiante los conocimientos y herramientas para comprender y valorar tanto a nivel teórico como práctico los sistemas de contratación laboral y las especiales circunstancias derivadas de la relación empresario-trabajador, tanto en el aspecto social y de convivencia en la empresa como en los procesos contenciosos que puedan plantearse ante los tribunales de justicia.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

CONTENIDOS:

Primera parte. Introducción

- Caracterización teórica del derecho del trabajo
- Concepto de trabajador
- Conceptos de empresario y empresa
- Fuentes del derecho del trabajo
- Derechos fundamentales y relación laboral

Segunda parte. Derecho colectivo del trabajo

- Libertad sindical individual
- Libertad sindical colectiva
- Representación unitaria
- Representación sindical
- Negociación colectiva y convenio colectivo
- Derecho de huelga y cierre patronal

Tercera parte. Derecho individual del trabajo

- Contrato de trabajo
- Modalidades de contratos
- Tiempo de trabajo
- Salario
- Potestades del empresario
- Alteración subjetiva y suspensiones de la relación laboral
- Extinción de la relación laboral

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura pretende medir el grado de aprendizaje global alcanzado por el estudiante. Teniendo en cuenta que esta es una asignatura eminentemente práctica, a lo largo del curso se evaluará el aprendizaje de contenidos parciales a través de cinco supuestos prácticos y cinco ejercicios teóricos.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- *Legislación Social Básica*. Ed. Civitas (última ed.).
- *Legislación de Seguridad Social*. Ed. Tecnos. (Última ed.).
- Martín Valverde, A. *Derecho del trabajo*. Ed. Tecnos. (Última ed.).
- Montoya Melgar, A. *Derecho del trabajo*. Ed. Tecnos (última ed.).
- Ojeda Avilés, A. *Derecho sindical*. Ed Tecnos (última ed.).

Econometría II

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Ramon Oller Piqué

OBJETIVOS:

La asignatura se plantea como la continuación natural de la asignatura de *Econometría I*. Ampliará la metodología econométrica al estudio de los modelos de variables cualitativas, series temporales y modelos dinámicos. Se utilizará un paquete informático para realizar la parte empírica de la asignatura.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad de analizar e interpretar correctamente los resultados estadísticos como apoyo en el proceso de toma de decisiones.

CONTENIDOS:

1. Perturbaciones no esféricas.
El modelo de regresión lineal múltiple generalizado. Estimación por mínimos cuadrados generalizados (MQG). El contraste de Jarque-Bera.
2. Heteroscedasticidad.
Métodos gráficos. Contrastes de heteroscedasticidad. Estimación MQG.
3. Autocorrelación.
Función de autocorrelación simple. Modelos autorregresivos. Contrastes de autocorrelación. Estimación MQG.
4. Variables endógenas cualitativas.
El modelo de probabilidad lineal (MPL). Los modelos LOGIT y PROBIT.
5. Modelos dinámicos.
Modelos autorregresivos y de retrasos distribuidos. Estabilidad. Análisis e interpretación de los modelos.
6. Modelos estocásticos de series temporales.
Análisis de la autocorrelación. Estacionariedad y estacionalidad. Metodología Box-Jenkins.

EVALUACIÓN:

La asignatura se evaluará, en una única convocatoria, de forma continua. Para evaluar el logro de las competencias de la asignatura el profesor utilizará los siguientes instrumentos para la calificación final:

- Dos pruebas prácticas con el programa estadístico SPSS (50%).
- Un examen final con teoría y problemas de los contenidos de la asignatura (50%).

La nota final será la media ponderada de estos dos ítems, siempre y cuando se haya obtenido una nota mínima de 4 en el examen final.

En el caso de no superar la nota mínima en el examen final o no tener una media aprobada, podrá hacerse una recuperación del examen final (sigue siendo necesario una nota mínima de 4). El primer ítem no es recuperable.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alegre, J.; Arcarons, J.; Bolancé, C.; Díaz, L. (1995). *Problemas y ejercicios de econometría*. Madrid: AC.
- Artís, M.; Claro, M.; del Barrio, T.; Guillén, M.; Suriñach, J. (1999). *Introducció a l'econometria*. Barcelona: Ediuoc.
- Fernández, A.; González, P.; Regúlez, M.; Moral, P.; Esteban, V. (2005). *Ejercicios de econometría*, 2.^a ed. Madrid: McGraw-Hill.
- Gujarati, D.; Porter, D.C. (2009). *Econometría*, 5.^a ed. México: McGraw-Hill.
- Greene, W. (2000). *Análisis econométrico*. Madrid: Prentice Hall.
- Gujarati, D. (2006). *Principios de econometría*, 3.^a ed. México: McGraw-Hill.
- Martín, G.; Labeaga, J.M.Mochón, F. (1997). *Introducción a la econometría*. Madrid: Prentice Hall.
- Wooldridge, J.M. (2006). *Introducción a la econometría. Un enfoque moderno*, 2.^a ed. Madrid: Thomson.

Economía Internacional e Integración Europea

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Enric Casulleras Ambròs

OBJETIVOS:

Proporcionar al estudiante los instrumentos teóricos de la economía internacional para discutir sobre la bonanza de los procesos de integración comercial y/o monetaria. Y conocer el proceso de la integración europea, desde los antecedentes históricos hasta la actualidad, tratando aspectos políticos, económicos, legales e institucionales

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Entender los principios básicos de la economía (tanto en el ámbito microeconómico como macroeconómico).
- Conocer y entender los métodos (análisis positivo y normativa, análisis estático y dinámico) y los instrumentos del análisis económico (técnicas de análisis, lenguaje económico, interrelación entre variables, etc.).

CONTENIDOS:

1. Europa en el siglo XX
2. De Bretton Woods al Tratado de Roma
3. Fundamentos teóricos de la integración comercial
4. Del Área de libre comercio en el Tratado de Schengen
5. Fundamentos teóricos de la integración monetaria
6. Del Tratado de Maastricht a la actualidad
7. Las instituciones europeas
8. Aspectos jurídicos de la integración
9. Los retos actuales

EVALUACIÓN:

Tres pruebas escritas a lo largo del curso, cada una de las cuales tiene un peso de una tercera parte de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Mammarella, G. (2006). *Historia de Europa contemporánea desde 1945 hasta hoy*. Barcelona: Ariel.
- Tamames, R.; López, M. (2006). *La Unión Europea*. Madrid: Alianza Editorial.
- Tugores, J. (2008). *Economía internacional e integración económica*. Madrid: McGraw Hill.

Complementaria

- Calvo Hornero, A. (2006). *La ampliación de la Unión Europea*. Madrid: Thomson.
- Gombrich, E.H. (2001). *Breve historia del mundo*. Barcelona: Empúries.
- Rodrik, D. (2011). *La paradoja de la globalización. La democracia y el futuro de la economía mundial*. Barcelona: Antoni Bosch editores.

Sitios web

- *European Navigator*. (Enorme repertorio documental en inglés y francés)
- *Europa*. (Web oficial de la UE. En castellano.)
- *Europa Press Released Rapid*. (Motor de búsqueda de periódicos, en inglés)
- *Consilium*. (Web oficial del Consejo de la UE. En todos los idiomas de la Unión).
- *Comisión Europea. La UE en España*. (Web de la Representación de la Comisión en España, en castellano).

ASIGNATURAS DE CUARTO CURSO

Dirección Comercial II

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 3.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Marc Pedrosa Revilla

OBJETIVOS:

Una vez estudiados los conceptos generales del marketing en la asignatura *Dirección Comercial I*, el objetivo de *Dirección Comercial II* es tratar algunos temas más específicos relacionados con la función comercial de la empresa.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.
- Redactar proyectos de gestión global, proyectos de áreas funcionales de la organización, planes de empresa, etc. que reflejen la capacidad para identificar y desarrollar iniciativas empresariales.
- Conocer los fundamentos básicos del marketing en las organizaciones, tanto a nivel nacional como internacional.

CONTENIDOS:

1. Dirección estratégica y dirección comercial
 1. Planificación estratégica
 2. Planificación de marketing
 3. Estrategia de marketing y marketing mix
 4. Gestión de marketing
2. El entorno de marketing
 1. Introducción
 2. El microentorno

3. El macro
4. Respuesta al entorno
3. Venta minorista y mayorista
 1. Introducción
 2. Venta minorista
 3. Venta mayorista
4. Marketing en la era digital
 1. La estrategia de marketing en la era digital
 2. Dimensiones del marketing online
 3. Marketing en Internet
 4. El comercio electrónico
5. El mercado global
 1. Entorno del marketing global
 2. Las decisiones de internacionalización y mercados
 3. Estrategias de entrada
 4. El programa y la organización del marketing global
6. Ética, responsabilidad social y sostenibilidad
 1. Críticas sociales al marketing
 2. Regulación del marketing
 3. El marketing responsable y ético

EVALUACIÓN:

El sistema de evaluación es el siguiente:

- Un examen final (50%).
- Las resoluciones escritas, orales y la participación activa en las actividades didácticas (50%).

La nota final de la asignatura es la suma de las calificaciones obtenidas en los dos apartados anteriores. Para aprobar hace falta que esa suma sea superior a 5 (sobre 10) y haber obtenido una nota mínima de 4,5 (sobre 10) en cada uno de los dos apartados.

BIBLIOGRAFÍA:

- Armstrong, Gary [et al.] (2011). *Introducción al marketing*. Madrid: Pearson. (Capítulos 2, 3, 11, 14, 15 y 16).

Dirección Estratégica I

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Ferran Gustau Jaén Coll

OBJETIVOS:

En esta asignatura se pretende que el alumno adquiera los conocimientos propios de la estrategia empresarial y las orientaciones de las políticas de empresa que derivan de ella, logrando el lenguaje, los conceptos y la perspectiva propios de la dirección estratégica. Corresponde a la profundización y ampliación de una parte de la asignatura de *Economía de Empresa* cursada al inicio del Grado y que tendrá su continuación después en *Dirección Estratégica II*.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Redactar proyectos de gestión global, proyectos de áreas funcionales de la organización, planes de empresa, etc. que reflejen la capacidad para identificar y desarrollar iniciativas empresariales.

CONTENIDOS:

0. Marco general de la asignatura

Parte I. Introducció

1. Introducción a la estrategia

Parte II. La posición estratégica

2. El entorno

3. Capacidad estratégica

4. Expectativas y propósitos

Parte III. La elección estratégica

5. Estrategia en el ámbito de la unidad de negocio
6. Estrategia en el ámbito corporativo y estrategia internacional
7. Direcciones y métodos de desarrollo

Parte IV. Estrategia en acción

8. Organizarse para alcanzar el futuro
9. Potenciar el éxito
10. Gestión del cambio estratégico

Parte V. Cómo se desarrolla la estrategia

11. Comprensión del desarrollo de la estrategia

EVALUACIÓN:

Se compone de 3 factores:

1. Presencia controlada a las sesiones: 10%.
2. Examen tipo test sobre los conceptos e ideas a final de curso: 50%.
3. Trabajo de grupo con seguimiento tutorizado: 40%.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Hellriegel, D.; Jackson, S.E.; Slocum Jr., J. W. (2005). *Administración. Un enfoque basado en competencias*, 10^a ed. Thomson.
- Hitt, M. A., Duane Ireland, R.; Hoskisson, R. E. (1999). *Administración bienvenida: conceptos de competitividad y globalización*. International Thomson Editores.
- Menguzzatto, M.; Renau, J.J. (1991). *La dirección estratégica de la empresa: un enfoque innovador del management*. Barcelona: Ariel.
- Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R. (2005). *Dirección estratégica*, 7.^a ed. Pearson. Prentice Hall. [Manual preferido en castellano]
- The Boston Consulting Group (1998). *Ideas sobre estrategia*. Bilbao: Deusto.

Complementaria

- Ducreux, J.M.; Marchand-Tonel M. (2004). *Stratégie.Las clés du suceso concurrentiel*. París: Éditions de Organisation.
- Soparnot, Richard (2010). *Stratégie diciembre organisations*. París: Hachette Livre.
- La Documentation Française: *Las Strategies de entreprise*. Cahiers Français, núm. 275, marzo-abril 1996.
- La Documentation Française: *Management te Organisation des entreprises*. Cahiers Français, núm. 287, julio-septiembre 1998.
- La Documentation Française: *El entrepris: fin de siècle, nouveaux défis?* Problèmes économiques, núm. 2.591-2.592, 18-25 noviembre 1998.

Derecho Tributario

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Félix Jurado Escobar

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es que el estudiante alcance conocimientos sobre los aspectos y conceptos tributarios en general y sobre el sistema fiscal aplicable a nuestro país, a través del desarrollo explicativo de la Ley General Tributaria y sobre los impuestos más importantes, como del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), el Impuesto sobre Sociedades (IS) y el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), que pueden incidir sobre la empresa y sobre los ciudadanos en general.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el derecho que afecta la empresa en general, a las sociedades mercantiles en particular y a la contratación mercantil y su legislación específica.

CONTENIDOS:

1. Introducción
 1. La actividad financiera
 2. Los ingresos y el gasto público
 3. El derecho financiero y el derecho tributario
 4. Los principios constitucionales del derecho tributario
 5. Las fuentes del derecho tributario
 6. La eficacia de las normas tributarias
 7. La interpretación y la integración de las normas
 8. El fraude de ley y la simulación
 9. La consulta tributaria
 10. El poder financiero (del Estado, de las Comunidades Autónomas y los Entes Locales)
 11. La Administración tributaria
 12. La aplicación de los tributos
2. Los tributos

1. Los tributos
2. Los impuestos
3. Las tasas
4. Las contribuciones especiales
3. La relación jurídico-tributaria
 1. La relación jurídico-tributaria
 2. La obligación tributaria
 3. El hecho imponible
 4. La exención tributaria
 5. El devengo
 6. La repercusión del tributo
 7. La anticipación del tributo: retenciones, ingresos a cuenta y pagos fraccionados
 8. Los sujetos de la obligación tributaria
 9. La representación
 10. El domicilio fiscal
 11. El número de identificación fiscal
 12. La base imponible
 13. La base liquidable
 14. Los tipos de gravamen impositivos
 15. La deuda tributaria
4. Los impuestos directos
 1. El impuesto sobre la renta de las personas físicas
 2. El impuesto sobre la renta de los no residentes
 3. El impuesto sobre el patrimonio
 4. El impuesto sobre sucesiones y donaciones
 5. El impuesto sobre sociedades
5. Los impuestos indirectos
 1. El impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados
 2. El impuesto sobre el valor añadido (IVA)
 3. Los impuestos especiales
6. El sistema impositivo local
 1. La estructura del sistema impositivo local
 2. El impuesto sobre bienes inmuebles
 3. El impuesto sobre actividades económicas
 4. El impuesto sobre vehículos de tracción mecánica
 5. El impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras
 6. El impuesto sobre el incremento del valor de los terrenos de naturaleza urbana
7. La gestión tributaria
 1. La gestión tributaria
 2. Los procedimientos de liquidación de los tributos
 3. Los procedimientos de comprobación de los tributos. El régimen jurídico de las actuaciones inspectoras
 4. Los procedimientos de recaudación de los tributos
 5. Las infracciones y las sanciones tributarias. El delito contra la Hacienda Pública
 6. Los procedimientos de revisión de los tributos: los recursos y reclamaciones en el ámbito tributario.

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura será continua, después de cada área temática habrá un control en forma de preguntas abiertas, test o de ambas técnicas al mismo tiempo.

Después de cada bloque temático, tal como se señala a continuación, se realizarán pruebas control para comprobar que se han asumido los temas tratados, que forman parte de la evaluación continua de la asignatura.

La puntuación será la siguiente:

- Temas 1, 2 y 3: 40% de la nota final.
- Temas 4 y 5: 30% de la nota final.
- Temas 6 y 7: 20% de la nota final

Asistencia a clase e implicación personal: 10% nota final.

La suma de las puntuaciones de los controles parciales constituirá la nota final del examen, siempre que se aprueben todos ellos.

En la fecha de repesca de la asignatura sólo se podrá realizar la recuperación siempre y cuando se hayan realizado los controles.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Ley General Tributaria
- Las leyes reguladoras de cada tributo (actualizadas).
- Página web de la Agencia Estatal Tributaria: <http://www.aeat.es>
- <http://www.minhac.es>

Complementaria

- Albi Ibañez, J. *Sistema fiscal español*. Ariel.
- Bejarano, M; Arcila, M. *Régimen fiscal de la empresa*. Tecnos.
- Queralt, M; Serrano, J. *Curso de derecho financiero y tributario*. Tecnos.
- *Memento tributario*. Editorial Francis Lefebvre.

Política Económica

Obligatoria

Primer semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Rafael de Madariaga Sánchez

OBJETIVOS:

La asignatura tiene por objetivo explicar y analizar las intervenciones del sector público en el funcionamiento del sistema económico. La complejidad de las relaciones entre el sector público y el sistema económico, la diversidad de intervenciones en ámbitos diversos y la relevancia que estas intervenciones tienen para el desarrollo de las actividades de las empresas obliga a una perspectiva general, teórica, que permita apreciar cuáles son los argumentos y las razones de estas intervenciones.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer y entender los métodos (análisis positivo y normativo, análisis estático y dinámico) y los instrumentos del análisis económico (técnicas de análisis, lenguaje económico, interrelación entre variables, etc.).

CONTENIDOS:

1. Introducción: Economía y política económica
 - a) El sistema económico
 - b) Mercado y fallos del mercado
 - c) Eficiencia y equidad
 - d) La política económica y las restricciones internacionales. La globalización
2. Objetivos e instrumentos: una tipología de políticas económicas
 - a) Políticas cuantitativas, cualitativas y de reforma
 - b) Economía positiva, economía normativa
 - c) Objetivos; definición e instrumentos de análisis
 - i) Pleno empleo
 - ii) Estabilidad de precios
 - iii) Crecimiento económico
 - iv) Redistribución de la renta
 - v) Calidad de vida y medio ambiente

3. Elaboración de la política económica
 - a) Mecanismos de decisión Pública
 - b) Agentes y procesos
 - c) Elección social, bienestar
 - d) Evaluación de políticas públicas: análisis coste-beneficio
4. Política monetaria
 - a) Concepto y objetivos
 - b) La creación de dinero, el papel del sistema bancario y del banco central
 - c) La estabilidad de precios y la política monetaria
 - d) La política monetaria de la Unión Europea
5. Política fiscal
 1. Política fiscal: gasto público
 - a) Concepto y objetivos
 - b) El flujo circular de la renta y el papel del estado
 - c) Discrecionalidad o reglas
 - d) Efectividad de la política fiscal
 - e) La política fiscal en la crisis
 - f) Sanidad, seguridad social, defensa, asistencia social y educación
 2. Política fiscal: los impuestos
 - a) Principios de un sistema tributario
 - b) Incidencia de los impuestos
 - c) Impuesto sobre la renta
 - d) Impuesto sobre el capital
 - e) Impuesto sobre los beneficios
6. La competencia imperfecta y el papel del estado
 - a) Competencia. Regulación de los mercados
 - b) La provisión de bienes públicos
 - c) La privatización y los monopolios
 - d) Política de defensa de la competencia

EVALUACIÓN:

El sistema de evaluación consta de tres elementos:

- El 40% se obtendrá de dos pruebas que evaluarán los conocimientos de las sesiones teóricas desarrolladas por el profesor en las clases. Las fechas (provisionales) de los controles figuran en el plan de trabajo. Habrá una repesca para las partes no superadas. La fecha también se fijará de manera coordinada.
- Un 40% se obtendrá de la elaboración de un trabajo de curso que los estudiantes desarrollarán a lo largo de todo el cuatrimestre y que deberán presentar a la finalización del mismo. Posteriormente se incluye la lista de temas. Si se desea proponer temas diferentes, hay que plantearlos y consensuarlos con el profesor.
- Un 20% corresponderá a actividades y encargos de lectura, selección y elaboración de datos y presentación a las clases.

BIBLIOGRAFÍA:

- Albalate, D.; Fageda, X. (2010).; Fernández, L. *Apunts de política econòmica: fonaments i polítiques*. Barcelona: Departamento de Política Económica y Estructura Económica Mundial. UB.
- Cuadrado, J.R.(2010). *Política económica*, 4.ª ed. Madrid: McGraw-Hill.
- Stiglitz, J. (2003). *La economía del sector público*, 3.ª ed. Barcelona: Antoni Bosch.

Dirección Estratégica II

Obligatoria

Segundo semestre

Créditos: 4.50

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Ferran Gustau Jaén Coll

OBJETIVOS:

Tratándose de una asignatura de último curso, se pretende que el alumno adquiriera los conocimientos de los temas empresariales que aparecieron y se consolidaron a inicios de los años 90, así como el análisis de los temas de relieve en los años 2000 y que influyen en la estrategia empresarial, al tiempo que el alumno aprende a hacer una lectura marcadamente crítica de los textos de los autores de referencia en este campo a la vez que aprende a polemizar sobre temas empresariales y exponerlos ante un público crítico.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Capacidad de utilizar satisfactoriamente y con fines académicos y profesionales la lengua inglesa.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Desarrollar habilidades directivas de gestión de personas y ser capaz de llevar a cabo negociaciones para obtener acuerdos favorables y sostenibles en el ámbito de la gestión empresarial.
- Desarrollar habilidades directivas de gestión de personas y ser capaz de llevar a cabo negociaciones para obtener acuerdos favorables y sostenibles en el ámbito de la gestión empresarial.
- Redactar proyectos de gestión global, proyectos de áreas funcionales de la organización, planes de empresa, etc. que reflejen la capacidad para identificar y desarrollar iniciativas empresariales.
- Dirigir una organización y gestionar algunas de sus áreas funcionales, entendiendo su ubicación competitiva e institucional, identificando sus fortalezas y debilidades y alineando los objetivos funcionales con la estrategia empresarial.
- Tener capacidad de liderar la comunicación entre los diferentes componentes de la empresa, desde la dirección general pasando por los cuadros directivos y empleados.

CONTENIDOS:

1. Visión del sistema económico en el que operan las empresas
2. La gobernanza de la empresa como ideología
3. Incertidumbre e inteligencia económica
4. La creación de valor para el accionista y la migración del valor de la empresa
5. La reingeniería de procesos
6. El *benchmarking*
7. El *outsourcing*
8. Las empresas aprendices
9. Los enfoques cognitivos
10. Liderazgo y estructuras organizativas recientes
11. El servicio al cliente

EVALUACIÓN:

La asignatura se evalúa de forma continuada.

1. La presencia, la participación en los debates correspondientes a la lectura común y la preparación y exposición del libro individual permiten superar la asignatura, según criterio del profesor.
2. Las exposiciones individuales serán evaluadas por toda la clase al final de cada sesión, de manera anónima y pidiendo el máximo de objetividad, no sólo en cuanto a la impresión causada por la apariencia, sino también por los contenidos.
3. La nota media y la desviación estándar valdrá de guía para el profesor que asignará la nota final, teniendo en cuenta el conjunto del trabajo realizado y la participación en las reuniones y en clase, incluida la de preparar las preguntas a hacer para animar el debate a las exposiciones individuales, con preguntas claras y pertinentes.
4. En cuanto a los trabajos, para obtener las notas superiores se tendrá en cuenta: la claridad que demuestra la comprensión, los matices que destaquen en la elaboración del trabajo, la calidad de la exposición, el cuidado y atención a la hora de citar, poner cuadros y gráficos y la bibliografía utilizada.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Bendell, T., Boulter, L.; Kelly, J. (1994). *Ventajas competitivas a través del benchmarking*. Ed. Folio.
- Hamel, G.; Breen, B. (2008). *El futuro del management*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Hammer, M.; Champy, J. (1994). *Reingeniería de la empresa*. Barcelona: Parramón.
- Henderson, D. (2006). *Virtud errónea: conceptos equivocados de la responsabilidad social corporativa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Horovitz, J. (2000). *Los siete secretos del servicio al cliente*. Prentice Hall.
- Huerta de Soto, J. (2000). *La Escuela Austríaca. Mercado y creatividad empresarial*. Madrid: Síntesis.
- Kotler, P.H.; Caslione John A. (2009). *La ciencia del caos*. Barcelona: Gestión 2000. [+1]
- Ohmae, Kenichi (2005). *El próximo escenario global*. Granica.
- Rosell, Juan; Trigo, Joaquín (2009). *¿Y después de la crisis, qué? Claves para un nuevo rumbo económico en España*. Bilbao: Deusto. [+2].
- Roubini, N.; Mihm, S. (2010). *Cómo salimos de ésta*. Imago Mundi, Destino.
- Sapir, Jaques (2009). *El nuevo siglo XXI: del siglo americano al retorno de las naciones*. Ediciones de Intervención Cultural / El Viejo Topo DL.
- Skidelsky, Robert (2009). *El regreso de Keynes*. Barcelona: Crítica.
- Taleb, Nassim (2008). *El cisne negro: el impacto de lo áltamente improbable*. Ed. Círculo de Lectores.
- Tichy, Noel M.; Bennis, Warren G. (2010). *Criterio: cómo los auténticos líderes toman decisiones excelentes*. Barcelona: Paidós Ibérica (Código biblioteca UVic: 316.46 T)

Complementaria

- Davis, S.; Meyer, Ch. (1999). *La velocidad de los cambios en la economía interconectada. Blur*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Gandlgruber, Bruno (2010). *Instituciones, coordinación y empresas: análisis económico más allá de mercado y estado*. Barcelona: Anthropos.
- Gates, Bill (1999). *Los negocios en la era digital*. Barcelona: Plaza & Janés Editores.
- Gibson, Rowan (1997). *Repenser le futur*. París: Éditions Village Mondial. [Versión castellana Ed. 2000]
- Grouard, B.; Meston, F. (1994). *Reingeniería del cambio*. Marcombo.
- Pesqueux, Yvon (2000). *Le gouvernement de l'entreprise comme idéologie*. París: Ellipses Éditions Marketing.
- Rappaport, A. (1998). *La creación de valor para el accionista: una guía para inversores y directivos*. Bilbao: Deusto.
- [+1] Touraine, A. (2011). *Después de la crisis. Por un futuro sin marginación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- [+2] Centeno, R. (2011). *El disparate nacional*. Barcelona: Planeta.

Prácticas Externas

Segundo semestre

Créditos: 12.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- M. Dolors Vinyet Benito
- Miquel Genís Sierra

OBJETIVOS:

- Las prácticas en empresas constituyen una asignatura crucial para dar carácter práctico a nuestras enseñanzas y, en ese sentido, hay que ofrecer una bolsa de empresas de prácticas amplia y cualitativamente interesante.
- La universidad debe acercarse cada día más al mundo profesional y de la empresa y las prácticas son una herramienta clave para adquirir las competencias y las habilidades que se requieren en el ejercicio profesional.
- Se establecen convenios con todas estas empresas para garantizar que las prácticas se realicen en las mejores condiciones para el trabajo y el aprendizaje de los estudiantes.

CONTENIDOS:

- Las prácticas se realizan en empresas periodísticas, audiovisuales o de publicidad, así como en gabinetes de comunicación y relaciones públicas con respecto a los estudios de comunicación y en todo tipo de empresas en cuanto al grado de Administración y Dirección de Empresas. La Facultad de Empresa y Comunicación procura garantizar una oferta amplia, suficiente y de calidad de empresas que quieran acoger a nuestros estudiantes en prácticas.
- Las prácticas curriculares tienen lugar de forma preferente a partir del momento en que el estudiante alcanza el 50% de los créditos de su titulación (normalmente a partir de 3.º o 4.º curso). También pueden hacerse, excepcionalmente, durante el verano.

EVALUACIÓN:

- Cada alumno de prácticas tiene un tutor asignado entre el profesorado de la Facultad de Empresa y Comunicación que hace el seguimiento y la evaluación con respecto a los aspectos más académicos de la práctica, y también un tutor asignado por parte de la empresa donde hace las prácticas que realiza el seguimiento y la evaluación desde el punto de vista empresarial.
- El tutor nombrado por la Facultad de Empresa y Comunicación debe hacer en general un seguimiento periódico de la actividad poniéndose en contacto con el tutor designado por la empresa. Se recomienda que ponerse en contacto al menos dos veces (una durante el desarrollo de la práctica y la otra cuando termine) siempre y cuando las circunstancias lo permitan (y salvo que las prácticas se realicen en verano o haya alguna causa justificada que lo impida).
- Es necesario también que el tutor nombrado por la Facultad de Empresa y Comunicación mantenga un contacto directo con el estudiante para hacer el seguimiento, la resolución de incidencias y la tutorización de la elaboración de la memoria y su evaluación. En concreto y de forma obligatoria debe contactar tres veces con el estudiante asignado (la primera vez, en el inicio; la segunda, durante el desarrollo de la práctica, y la otra cuando finalice) y en general debe estar en contacto con él por correo electrónico para dar solución a las cuestiones que puntualmente plantee.

- Al final de la práctica el profesor tutor debe hacer la evaluación correspondiente y especialmente de la memoria de prácticas, que el alumno está obligado a hacer y entregar al final de la práctica. También el tutor de la empresa debe hacer la evaluación de la práctica en cuanto a los aspectos más empresariales. Uno y otro han de rellenar el correspondiente informe según el impreso-modelo que facilita el Departamento de Prácticas de la Facultad de Empresa y Comunicación.
- El Departamento de Prácticas es el receptor de los documentos que deben entregar los estudiantes en prácticas (especialmente la memoria) y los informes de los tutores para realizar la evaluación final de acuerdo con esos informes.
- El tutor de la empresa debe evaluar entre 0 y 10 la actitud personal y profesional del estudiante en prácticas (puntualidad, cumplimiento de los horarios, implicación, aptitud para trabajar en equipo, disponibilidad, responsabilidad e integración en la empresa, logro de las tareas encomendadas, etc., y la calidad del trabajo en general llevado a cabo por el estudiante en prácticas. La media de esta evaluación tiene el valor del 40% de la nota final.
- El profesor tutor, de acuerdo con el seguimiento continuado de las prácticas y con la lectura y estudio de la memoria realizada por el estudiante, debe evaluar (también entre 0 y 10) la actitud del estudiante y el trabajo realizado. La media de esta evaluación tiene el valor del 60% de la nota final.
- Por tanto, la calificación final de la asignatura de prácticas se calcula a partir del informe del tutor de la empresa (40%) y el tutor de la Universidad de Vic (60%). Y ese último podrá considerar suspendida la práctica aunque para el tutor de la empresa sea favorable.
- La calificación o nota final resultante de estas evaluaciones la da el tutor designado por la Facultad de Empresa y Comunicación y la entrega al Departamento de Prácticas para incluirla en el acta correspondiente.
- Cualquier incidencia que pueda surgir se resolverá según lo previsto en el protocolo de prácticas. En cualquier otro caso será analizada y resuelta por el Consejo de Dirección de la Facultad de Empresa y Comunicación.

Trabajo de Fin de Grado

Trabajo de Fin de Grado

Segundo semestre

Créditos: 6.00

Lengua de impartición: catalán

PROFESORADO

- Alejandra E. Aramayo García
- Carme Viladecans Riera
- Francesc X. Vicente Soriano
- Núria Arimany Serrat

OBJETIVOS:

El Trabajo de Fin de Grado compendia la formación adquirida en el transcurso de las enseñanzas del grado.

Debe permitir al estudiante mostrar el nivel de adquisición de las competencias de la titulación y de los principios que fundamentarán su futura labor profesional.

El TFG del grado en Administración y Dirección de Empresas se puede incluir en uno de estos dos ámbitos:

- Profesionalizador: diseño y/o implementación de un proyecto en un ámbito profesional.
- Académico: proyectos de investigación que incluirán la revisión de la literatura, construcción del marco teórico, hipótesis, parte empírica (si procede), discusión, resultados y conclusiones.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Habilidades de investigación.

CONTENIDOS:

Los contenidos estarán en función del planteamiento del trabajo realizado.

EVALUACIÓN:

La evaluación del TFG es individual, es decir, cada estudiante tendrá una nota.

Se evaluarán tanto la presentación del trabajo formal como la defensa pública ante tribunal.

El tribunal estará formado por dos profesores y/o profesionales reconocidos del sector, uno de los cuales será el tutor del trabajo.

BIBLIOGRAFÍA:

Se facilitará en función de las características del trabajo.

OPTATIVAS

Análisis de Estados Contables

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

El análisis de estados contables tiene como finalidad conocer la situación financiera y económica de la empresa para poder determinar de la forma más precisa posible su estado de salud. Se pretende aplicar a las cuentas anuales de empresas reales las técnicas y los instrumentos propios de esta área para poder obtener una información que sea útil para la toma de decisiones económicas. El logro de este objetivo requiere un conocimiento profundo de la normativa contable española vigente, es decir, de todo el proceso contable de la empresa, de las normas de registro y valoración y de la confección de las cuentas anuales.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer cómo se utiliza la contabilidad como lenguaje de la realidad económica de la empresa.
- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.

CONTENIDOS:

1. Análisis de estados contables
 1. Concepto de análisis de estados contables
 2. Demanda de análisis de estados contables
 3. Oferta de información de las empresas
 4. Requisitos de la información contable obligatoria
 5. Metodología para el análisis de estados contables
 6. Instrumentos para el análisis de estados contables
2. El Plan General de Contabilidad
 1. El Plan General de Contabilidad
 2. Las cuentas anuales
 1. El balance
 2. La cuenta de pérdidas y ganancias
 3. La memoria
 4. El Estado de cambios en el patrimonio neto
 5. El Estado de flujos de efectivo
3. Análisis de la situación financiera a corto plazo
 1. Objetivos del análisis financiero a corto plazo
 2. Fondo de maniobra o capital corriente
 3. Ratios de solvencia
 4. Ratios de rotación de los componentes del capital corriente

1. Ratio de rotación de clientes (plazo de cobro)
2. Ratio de rotación de los proveedores (plazo de pago)
3. Ratio de rotación de existencias
5. Periodo medio de maduración de la empresa
4. Análisis de la situación financiera a largo plazo
 1. Objetivos del análisis financiero a largo plazo
 2. Estudio de la estructura económica
 3. Estudio de la estructura financiera
 4. Análisis dinámico de la situación financiera a largo plazo
5. Análisis económico o de la cuenta de resultados
 1. Objetivos del análisis económico o de la cuenta de resultados
 2. Análisis de las variaciones de los resultados
 3. Punto muerto (o umbral de rentabilidad) y apalancamiento operativo
 4. Estudio de las diferentes rentabilidades
 1. Rentabilidad de las fuentes de financiación propias (rentabilidad financiera)
 2. Rentabilidad de la inversión o de los activos (rentabilidad económica o rendimiento)
 5. Ratios relacionadas con la cuenta de resultados
6. Informe sobre el análisis de estados financieros
 1. Recomendaciones a tener en cuenta
 2. Estructura del informe sobre análisis de estados contables

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura pretende medir el grado de aprendizaje global alcanzado por el estudiante. Teniendo en cuenta que esta es una asignatura cuatrimestral, la evaluación consta de:

- **Realización de un trabajo.** El alumno debe elaborar un informe a partir de las cuentas anuales de una empresa real y hacer una presentación en clase del trabajo acompañada de un Power Point. El trabajo debe hacerse individualmente y vale un 70% de la nota final. La aprobación de este trabajo libera la materia de los temas 1,3,4,5 (excepto punto 5.3.) y 6. La fecha de entrega del trabajo vendrá determinada en el documento donde se explica cómo realizar el trabajo.
- **Examen en la convocatoria correspondiente.** Vale un 30% de la nota final. Incluye una parte teórica (tipo test, vale un 25%) y una parte práctica (resolución de una serie de casos prácticos, vale un 75%). Incluye el tema 2 y el apartado 5.3. El punto muerto y el apalancamiento operativo.

Para poder aprobar la asignatura y hacer la media es necesario aprobar el trabajo y el examen.

BIBLIOGRAFÍA:

- Amat, O. *Análisis de estados financieros. Fundamentos y aplicaciones*. Barcelona: Gestión 2000.
- Arimany, N.; Viladecans, C. (2010). *Estado de cambios en el patrimonio neto y estado de flujos de efectivo. Elaboración e interpretación*. Barcelona: Profit Editorial.
- Cañibano, L. (1995). *Contabilidad. Análisis contable de la realidad económica*. Madrid: Pirámide.
- Gay, J.M.; Goxens, M.A. *Análisis de estados financieros*. Prentice Hall.
- *Informe Anual de l'Empresa Catalana*. Generalitat de Catalunya. Departament d'Economia i Finances. Direcció General de Programació Econòmica.
- Martínez García, F.J. *Análisis de estados financieros. Comentarios y ejercicios*. Madrid: Pirámide.
- *Plan general de contabilidad 2007*.
- *Plan general de contabilidad de la pequeña y mediana empresa 2007*.
- Urías Valiente, J. *Análisis de estados financieros*. McGraw-Hill.

Análisis de Inversiones

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

- El objetivo de la asignatura es proporcionar al estudiante criterios para el análisis de inversiones financieras y no financieras. Aparte de los criterios de selección de inversiones clásicos se definirán otras medidas de la rentabilidad de las inversiones.
- Se analizarán productos de inversión concretos.
- En cuanto a las inversiones no financieras se introducirá el análisis basado en opciones reales.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.
- Saber determinar la viabilidad económica de una inversión a partir de criterios de selección de inversiones, teniendo capacidad para interpretar los diferentes modelos teóricos de valoración de empresas.

CONTENIDOS:

Parte I. Medidas de rentabilidad en las inversiones.

Parte II. Aplicación en inversiones financieras. Ejemplos en productos financieros.

Parte III. Aplicación en inversiones no financieras. Opciones reales.

EVALUACIÓN:

El sistema de evaluación consistirá en la cuantificación de dos pruebas/presentaciones, cada una con valor del 50%, la primera relativa a la parte II y la segunda relativa a la parte III.

BIBLIOGRAFÍA:

Se proporcionará a medida que se desarrolle la asignatura.

Auditoría

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es conocer, a nivel teórico y práctico, la disciplina auditora mediante las técnicas básicas a utilizar en las diferentes áreas de auditoría para alcanzar los objetivos, control interno y procedimientos de auditoría propios de cada área en el desarrollo de la tarea auditora.

Se trata de poder elaborar e interpretar el informe de auditoría para ver si las cuentas anuales que presenta la empresa reflejan la imagen fiel del patrimonio de la situación financiera y de los resultados.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer cómo se utiliza la contabilidad como lenguaje de la realidad económica de la empresa.
- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la auditoría
 1. Concepto, naturaleza y objetivos de la auditoría
 2. Origen histórico de la auditoría
 3. Auditoría externa y auditoría interna
 4. Otros tipos de auditoría
2. Marco legal de la auditoría
 1. Ley de auditoría de cuentas
 2. Reglamento de la ley de auditoría de cuentas
 3. Normas técnicas de auditoría
 4. Normas especiales
3. Técnicas básicas de auditoría
 1. Observaciones físicas
 2. Confirmación directa
 3. Revisión analítica
 4. Revisión de cuentas
 5. Control interno
4. Desarrollo de una auditoría

1. Planificación de la auditoría
2. Organización y programa de auditoría
3. Evidencia en auditoría
4. Papeles de trabajo
5. División del trabajo por áreas de auditoría
5. Áreas de auditoría
 1. Áreas objeto de estudio
 2. Objetivos de cada área
 3. Control interno de cada área
 4. Procedimientos de cada área
6. El informe de auditoría
 1. Concepto y elementos básicos del informe de auditoría
 2. Opinión del auditor
 3. Circunstancias con posible efecto en la opinión del auditor
 4. Hechos posteriores
 5. Publicación y modelos de informes de auditoría

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura pretende medir el grado de aprendizaje global alcanzado por el alumno. Concretamente la evaluación consta de:

- Dos controles prácticos que representan un 30% de la nota.
- Un examen teórico que representa un 20% de la nota y que hay que aprobar.
- Un examen práctico que representa el 50% de la nota y que hay que aprobar.

BIBLIOGRAFÍA:

- Amat, O. *Análisis de estados financieros*. Barcelona: Gestión 2000. Última edición.
- Casals, R.; Gassó, J.M.; Soria, C. *Fundamentos de auditoría*. ICJC.
- Goxens, M.A.; Gay, J.M. *Análisis de estados contables. Diagnóstico económico-financiero*. Prentice Hall.
- Ley 12/2010 de 30 de junio por la que se modifica la Ley 19/1988 de 12 de julio de Auditoría de Cuentas, la ley 24/1988 de 28 de julio, los mercados de valores y el texto refundido de la ley de sociedades anónimas para su adaptación a la normativa comunitaria.
- Madariaga, J.M.; Kirkby, D. (1998). *La auditoría en la práctica*. Bilbao: Deusto.
- Madariaga, J.M. (1998). *La auditoría de cuentas en la empresa española*. Bilbao: Deusto.
- Omeñaca García, J. *Contabilidad general*. Bilbao: Deusto, última edición.
- Omeñaca García, J. *Supuestos prácticos de contabilidad financiera y de sociedades*. Bilbao: Deusto, última edición.
- Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la ley de sociedades de capital.
- Real Decreto 1514/2007 de 16 de noviembre por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad
- Sierra, G.; Orta, M. (1996). *Teoría de la auditoría financiera*. McGraw-Hill.
- Álvarez López, J. *Introducción a la contabilidad*. Editorial Donostiarra, última edición.
- Domínguez Pérez, J.L.; Gay Saludas J.M.; Losilla Ramírez, M.; Melús Fernández, J.J.; Osés García, J. *Contabilidad financiera, aplicación práctica de las normas de valoración*. Editorial McGraw-Hill, última edición.
- Requena Rodríguez, J.M. *El resultado de la empresa*. Barcelona: Ariel, última edición.
- Rivero, J. *Supuestos de contabilidad financiera*. Editorial Trivium, última edición.
- Rivero Torre, P. *Análisis de balances y estados complementarios*. Madrid: Pirámide, última edición.
- Sáez Torrecilla. *Casos prácticos de contabilidad general*. Editorial McGraw-Hill, última edición.
- Sáez Torrecilla. *Contabilidad general*. Editorial McGraw-Hill, última edición.

- Vela Pastor, M.; Montesinos Julve, V.; Sierra Salvador, V. *Manual de contabilidad*. Barcelona: Ariel, última edición.
- Wanden-Berghe, J.L. *Manual de contabilidad general*. Madrid: Pirámide, última edición.

Comercio Electrónico

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

Las nuevas tecnologías de la información han aportado a la actividad económica de nuestra época la información digitalizada y las redes de comunicaciones, especialmente Internet, que han diseñado un ámbito de actuación global, descentralizado y abierto.

Esto ha provocado que lo que hemos llamado comercio electrónico sea mucho más que una nueva modalidad de comercio (como por ejemplo el comercio minorista, las grandes superficies o la venta a distancia), una nueva forma de comerciar, un nuevo mercado, que está sometido a la legislación vigente pero también a una normativa propia aunque fragmentaria.

La asignatura pretende, por tanto, proporcionar a los estudiantes los conocimientos básicos de los aspectos legales de la aplicación de las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial y la regulación del comercio electrónico en general y, especialmente en lo referente a la incidencia y aplicaciones de las denominadas redes sociales al comercio, las comunicaciones y la contratación electrónica, la firma digital, los elementos de seguridad y protección necesarios de los datos personales, la propiedad intelectual y los demás aspectos que más detalladamente se mencionan en el apartado de contenidos.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el derecho que afecta la empresa en general, a las sociedades mercantiles en particular y a la contratación mercantil y su legislación específica.

CONTENIDOS:

El **programa** será el siguiente:

1. Internet
 1. Nociones básicas
 2. Aspectos técnicos básicos
 3. El derecho de acceso o conexión a la red
 4. Aspectos de Internet con relevancia jurídica
 5. Aplicaciones de Internet en entornos cerrados de organizaciones
 6. Las aplicaciones más usuales de Internet
 7. Internet como espacio social: las redes sociales
2. El comercio electrónico y la contratación electrónica
 1. Introducción
 2. Normativa relativa al comercio electrónico

3. La Ley 34/2002 de 11 de Julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE)
 4. Ámbito de aplicación de la Ley
 5. Obligaciones de los prestadores de servicios
 6. Responsabilidades de los prestadores de servicios
 7. Las comunicaciones por vía electrónica: la publicidad comercial en Internet
 8. El comercio electrónico
 9. La contratación por vía electrónica
 10. La resolución de los conflictos en Internet
 11. El incumplimiento de la LSSICE: infracciones y sanciones
3. Los contratos informáticos por medios electrónicos
 1. Concepto
 2. Características generales
 3. Normativa aplicable
 4. Clases
 5. Contratos de "hardware"
 6. Contratos de "software"
 7. Contratos de arrendamiento de obras y servicios informáticos
 8. La responsabilidad en la contratación sobre programas y elementos informáticos
4. La aplicación de la normativa de protección de datos al comercio electrónico
 1. Introducción
 2. Regulación de la protección de datos en el comercio electrónico
 3. Legitimidad del tratamiento
 4. La recogida de datos personales en el comercio electrónico
 5. Obligaciones de seguridad en el comercio electrónico
 6. Movimientos internacionales de datos
5. La firma electrónica y el documento nacional de identidad electrónico
 1. Cuestiones previas
 2. La seguridad jurídica en las transacciones electrónicas
 3. Nociones básicas previas sobre la firma manuscrita y la firma electrónica
 4. El marco legal de la firma electrónica
 5. Concepto
 6. El cifrado o encriptado de la firma electrónica
 7. Naturaleza
 8. Aplicaciones prácticas
 9. Clases
 10. Los certificados electrónicos
 11. Los prestadores de servicios de certificación
 12. Los dispositivos de firma electrónica
 13. El uso de la firma electrónica en las Administraciones Públicas
 14. La firma electrónica liberalizada
 15. La autorregulación en el sector de la firma electrónica
 16. Conclusiones básicas sobre la firma electrónica
 17. Infracciones y sanciones
 18. El documento electrónico
 19. El documento nacional de identidad electrónico
6. La propiedad intelectual en Internet
 1. La protección constitucional del derecho de autor en España
 2. Consideraciones generales sobre los derechos de autor
 3. El marco legal de la propiedad intelectual y los derechos de autor
 4. Los derechos morales de autor
 5. Los derechos de autor de carácter patrimonial
 6. Consideraciones generales sobre las modificaciones practicadas en e texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual

7. Adaptación de los derechos de autor en el ámbito de los derechos patrimoniales exclusivos
8. Las transmisiones digitales "a la carta"
9. Los actos de comunicación pública
10. La puesta a disposición interactiva
11. El derecho de reproducción en las redes digitales
12. Las reproducciones provisionales
13. Las páginas web como obras protegidas por el derecho de autor
14. La protección de los nombres de dominio
15. El establecimiento de enlaces en la "world wide web"
16. Las excepciones a los derechos de autor en el entorno de las redes digitales
17. Las medidas tecnológicas de protección de los derechos de autor
18. Los límites a la propiedad intelectual y las medidas tecnológicas
7. Las marcas, los nombres de dominio y las páginas web
 1. Cuestiones previas: la protección de la actividad y de la organización empresarial
 2. La protección de las marcas en Internet
 3. Los nombres de dominio
 4. Los conflictos entre marcas y nombres de dominio
 5. Las páginas web
 6. La publicidad comercial "on line"
 7. Los aspectos relativos a la privacidad de los datos personales obtenidos a través de una página web
8. Los medios de pago en el comercio electrónico
 1. Introducción
 2. Tratamiento técnico del pago
 3. Concepto y contenido del dinero electrónico
 4. Diferencias entre el dinero electrónico y el "dinero en efectivo"
 5. Clases de dinero electrónico
 6. La problemática jurídica de los medios de pago en el comercio electrónico
 7. Normativa relativa a los medios de pago electrónico
 8. Tratamiento jurídico del dinero electrónico
 9. Aspectos de derecho público
 10. Aspectos de derecho privado
 11. Las entidades de dinero electrónico
9. El derecho de sociedades mercantiles y las nuevas tecnologías
 1. Consideraciones previas
 2. Las comunicaciones electrónicas intrasocietarias
 3. La creación de sociedades mercantiles a través de técnicas telemáticas
 4. El ejercicio del derecho de información de los socios por vía electrónica en las sociedades cotizadas
 5. El depósito de cuentas anuales por vía electrónica
10. La documentación electrónica
 1. La documentación electrónica en general
 2. Estudio específico de la factura electrónica
 3. La documentación electrónica en particular
11. El acceso electrónico a las administraciones públicas. la administración electrónica
 1. Consideraciones generales
 2. Régimen jurídico
 3. Objeto
 4. Ámbito de aplicación
 5. Principios generales
 6. Derechos de los ciudadanos a relacionarse con las administraciones públicas por medios electrónicos
 7. Identificación y autenticación
 8. Registros, comunicaciones y notificaciones electrónicas

9. Los documentos y los archivos electrónicos
10. La gestión electrónica de los procedimientos
11. Los órganos colegiados electrónicos

EVALUACIÓN:

La evaluación estará en relación directa con la participación activa del estudiante en el seguimiento del curso en la forma expuesta en la metodología, de modo que se hará una evaluación continua, con un seguimiento personalizado del alumno para asesorar y tutorizar su implicación en la asignatura. Es decir, evaluación continua vinculada a la intensidad de la participación activa del estudiante, de su implicación y grado de interactividad, pero también de su participación directa en la confección de las presentaciones, trabajos, comentarios y casos que por iniciativa propia o a propuesta del profesor haya realizado y también en la superación de los controles que se propongan. En ese sentido la calificación final de la asignatura se obtendrá mediante la excelencia en los siguientes ítems:

- Asistencia a clase y a las tutorías programadas
- Asunción de contenidos específicos de la materia tratada
- Actitud personal
- Participación activa en clase y en el campus virtual
- Implicación con la asignatura
- Realización de aportaciones, presentaciones, trabajos, casos y comentarios
- Resolución de los controles planteados

Esta asignatura no tiene exámenes convencionales.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alvarez-Cienfuegos Suarez, J.M. (2000). *La firma y el comercio electrónico en España. Comentarios a la legislación vigente*. Marcial Pons.
- Aparicio Salom, J. (2002). *Estudio sobre la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal*. Barcelona: Bosch.
- Barriouso Ruiz, C. (2002). *La contratación electrónica*. Barcelona: Marcial Pons.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, A. (2002). *Introducción a las marcas y otros signos distintivos en el tráfico económico*. Pamplona: Aranzadi.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, A. (2003). *Manual de propiedad intelectual*. Barcelona: Marcial Pons.
- Bocos Torres, Marcos. (2003). *La Ley de Marcas: estudio de la Nueva Ley de Marcas y su aplicación práctica a la empresa*. Barcelona: Servidoc.
- Botana García, G.A. (Coord) (2001). *Comercio electrónico y protección de los consumidores*. Barcelona: Bosch.
- Carbajo Cascón, F. (2002). *Publicaciones electrónicas y propiedad intelectual*. Madrid: Colex.
- Carbajo Cascón, F. (1999). *Conflictos entre signos distintivos y nombres de dominio en Internet*. Pamplona: Aranzadi.
- Carrascosa López, V.; Pozo Arranz, M.A.; Rodríguez de Castro, E.P. (2000). *La contratación informática: el nuevo horizonte contractual*. Granada: Comares.
- Clemente Meoro, Mario-Cavanillas; Múgica, Santiago (2003). *Responsabilidad civil y contratos en Internet: su regulación en la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico*. Barcelona: Marcial Pons.
- Quemaduras, J.; Fernández-Ordoñez, M.A.; Illescas, R. (Coords.) (2002). *Régimen jurídico de Internet*. Barcelona: Bosch.
- Quemaduras, J.; González Montes, J.L. (Coords) (2003) *La Nueva Ley de Internet (Comentarios a la Ley 34/2002 de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico)*. Barcelona: Bosch.
- Davara Rodríguez, M.A. (2002). (Dir.) *Código de Internet*. Barcelona: Bosch.
- Davara Rodríguez, M.A. (2003). *Manual de derecho informático*. Barcelona: Marcial Pons.

- Díaz Amas, J.M. (2008). *Guía práctica sobre normativa de protección de datos y publicidad comercial*. Bilbao: Deusto.
- Ecija Bernal, A.; Saiz Peña, C.A. (2002). *Contratos de Internet. Modelos y comentarios prácticos*. Barcelona: Bosch.
- Fuente, A. (2000). *Seguridad y certificación en el comercio electrónico. Aspectos generales y consideraciones estratégicas*. Marcial Pons.
- Gaete González, E.A. (2001). *Instrumento público electrónico*. Barcelona: Bosch.
- Gamero Casado, E.; Valero Torrijos, J. (coords.) (2008). *La Ley de Administración Electrónica. Comentario sistemático a la Ley 11/2007 de 22 de junio de acceso electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos*. Barcelona: Bosch.
- García Mexia, P. (Coord) (2002). *Principios de derecho de Internet*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- García Vidal, A. (2002). *Derecho de marcas e Internet*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- García Vidal, A. (2004). *El derecho español de los nombres de dominio. Estudio de la normativa contenido en la Ley de Comercio Electrónico y en el Plan Nacional de Números de Dominio*. Barcelona: Bosch.
- Garrote Fernández-Díez, I. (2001). *El derecho de autor en Internet. La directiva sobre derechos de autor y derechos afines en la sociedad de la información*. Barcelona: Bosch.
- Gracia García, D. (2009). *Régimen jurídico de la factura electrónica*. Barcelona: Bosch.
- Gutiérrez, A; Zurdo, David. (2003). *Comercio electrónico y privacidad en Internet: derechos y deberes en la sociedad de la información (Real Decreto 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico)*. Barcelona: Marcial Pons.
- Illescas Ortiz, R. (2000). *Derecho de la contratación electrónica*. Marcial Pons.
- Illescas Ortiz, R. (Dir); Ramos Hernanz, I. (coord.). *Derecho del comercio electrónico*. Madrid: La Ley.
- Juliá Barceló, R. (2000). *El comercio electrónico entre empresarios. La formación y la prueba del contrato electrónico (EDI)*. Barcelona: Marcial Pons.
- Ledesma Ibáñez, J. (2010). *Piratería digital en la propiedad intelectual*. Barcelona: Bosch.
- Lobato, M. (2002). *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*. Barcelona: Bosch.
- Madrid Parra, A (dir.); Guerrero Lebron, M. Jesús (coord.) (2007). *Derecho patrimonial y tecnología*. Barcelona: Marcial Pons.
- Martínez Nadal, A. (2000). *La Ley de Firma Electrónica*. Madrid: Civitas.
- Martínez Nadal, A. (2000). *Comercio electrónico, firma digital y entidades de certificación*. Madrid: Civitas.
- Martínez Nadal, A. (2000). *Medios de pago en el comercio electrónico*. Pamplona: Aranzadi.
- Martínez Nadal, A. (2004). *El dinero electrónico (aproximación jurídica)*. Barcelona: Marcial Pons.
- Martínez Nadal, A. *Comentarios a la Ley 59/2003 de Firma Electrónica*. Barcelona: Bosch, 2004.
- Mata Martín, Ricardo M. (Director); Javato Martín, Antonio M. (Coord) (2007). *Los medios de pago. Problemas jurídicos*. Granada: Comares.
- Mateo de Ros, R.; Lopez-Monís Gallego, M. (Coords) (2003). *Derecho de Internet. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico*. Barcelona: Bosch.
- Moreno Martínez, J.A. (coord.) (2009). *Limitas a la propiedad intelectual y nuevas tecnologías*. Barcelona: Bosch.
- Orduña Moreno, F.J.; Aguilera Anegón, G. (Dirs.) (2009) *Comercio, administración y registros electrónicos*. Barcelona: Bosch.
- Palomar Olmeda, A.; González-Espejo, P. (Dirs.) (2008). *Comentario al reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (aprobado por RD 1720/2007 de 21 de diciembre)*. Barcelona: Bosch.
- Pardo Gato, José Ricardo (2003). *Las páginas web como soporte de condiciones generales contractuales*. Barcelona: Marcial Pons.
- Pastor Sempere, M. del Carmen (2003). *Dinero electrónico*. Madrid: Editoriales de Derecho Reunidas.
- Plaza Penadés, J. (2002). *Propiedad intelectual y sociedad de la información*. Pamplona: Aranzadi.
- Ribas Alejandro, J. (1999). *Aspectos jurídicos del comercio electrónico en Internet*. Marcial Pons.
- Sanchez Aristi, R. (2007). *El intercambio de obras protegidas a través de las plataformas peer to peer*. Barcelona: Bosch.
- Torrecilla, J.M.; Escobar, M. (2002). *Sociedad de la información: las marcas y el comercio electrónico*. Madrid: Fundación EOI.

- Valpuesta Gaztaminza, E. (2003). *La Sociedad Nueva Empresa. Ley 7/2003 de la Sociedad Limitada Nueva Empresa*. Barcelona: Bosch.

Contabilidad Directiva

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es profundizar en las principales herramientas de control de gestión para que se pueda obtener información relevante para la toma de decisiones. La práctica se hará utilizando la hoja de cálculo Excel.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer cómo se utiliza la contabilidad como lenguaje de la realidad económica de la empresa.
- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.
- Dirigir una organización y gestionar algunas de sus áreas funcionales, entendiendo su ubicación competitiva e institucional, identificando sus fortalezas y debilidades y alineando los objetivos funcionales con la estrategia empresarial.

CONTENIDOS:

1. Introducción
2. Valoración de la actividad
3. Confeccionar y controlar presupuestos

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura pretende medir el grado de aprendizaje global alcanzado por el alumno. Concretamente la evaluación consta de:

- Entrega de casos prácticos (50%).
- Examen final (50%). Es imprescindible aprobarlo para poder superar la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA:

- Amat, J.M. (1992). *Control presupuestario*. Barcelona: Gestión 2000.
- Amat, O. (1994). *La Contabilidad de gestión actual: nuevos desarrollos*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- Amat, O. Soldevila, P. (2011). *Contabilidad y gestión de costas*. Ediciones Gestión 2000.
- Muñiz, L. (2011). *Dominar las tablas dinámicas en Excel 2007-2010 aplicadas a la gestión empresarial*. Ed. Profit.
- Muñiz, L. (2011). *Confeccionar y controlar presupuestos y previsiones tesorería con Excel: aplicación en tablas dinámicas*. Ed. Profit.
- Muñiz, L. (2010). *Planes de negocio y estudios de viabilidad: aplicación en Excel para su realización y seguimiento*.

- Muñiz, L. (2008). *Excel 2007: iniciación a las tablas dinámicas: aprender a gestionar la información para el análisis y la toma de decisiones*.
- Muñiz, L. (2009). *Control presupuestario*.
- Paxau, E.; Pérez, A. (2000). *Costos empresariales i control de gestió. Casos pràctics*. Vic: Eumo Editorial.
- Rocafort, A.; Ferrer, V. (2008). *Contabilidad de costes: fundamentos y ejercicios resueltos*. Panal Profit.
- Rosanas, J.M. (1992). *Informació comptable per a la presa de decisions empresarials: una introducció a la comptabilitat*. Barcelona: Ariel.

Conflictos y Relaciones Internacionales

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

The objective of this course is to provide students with an understanding of world events, encouraging analytical thought and examining the causes and consequences of interlinked processes in an international context. In an increasingly globalized world, international events have a greater impact on many areas of society, and the objective is for students to be able to apply some of the knowledge gained on this course in their future working and academic lives.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad de utilizar satisfactoriamente y con fines académicos y profesionales la lengua inglesa.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
- Capacidad para actuar de acuerdo con un compromiso ético en el trabajo.
- Habilidades de investigación.

CONTENIDOS:

1. Historical context: Ancient Greece to the Cold War
2. Europe: History and functioning of the EU
3. America: US democracy and Latin American issues
4. Israel and the Middle East
5. Theory: Realism, Neorealism, Liberalism and Constructivism
6. Neoconservatism and the rise of radical Islam
7. International organisations: UN, NATO, World Bank, Imf, WTO
8. Africa
9. New powers

EVALUACIÓN:

- Participation in / preparation for seminars: 30%.
- Written assignments: 40%.
- Presentation: 30%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Blair, Alasdair. *International Politics: An Introductory Guide*.
- Lundestad, Geir. *East, West, North, South: Mayor Developments in International Politics since 1945*.
- Walt, Stephen. *Taming American Power*.

Consolidación de Estados Contables

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es conocer a nivel teórico y práctico la disciplina de la consolidación de estados financieros mediante las técnicas básicas que deben utilizarse para obtener estados financieros agregados de un grupo de empresas. Se trata de conocer qué es un grupo de empresas y qué son sociedades multigrupo y asociadas, a fin de utilizar la metodología oportuna de consolidación para llegar a las cuentas anuales consolidadas.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer cómo se utiliza la contabilidad como lenguaje de la realidad económica de la empresa.
- Conocer los sistemas de soporte de información a la dirección y las funciones de los mismos.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la consolidación
 1. Concepto de consolidación de estados contables
 2. Marco normativo y obligación de consolidar
 3. Grupos de sociedades, conjunto consolidable y perímetro de la consolidación
2. Proceso de consolidación
 1. Métodos de consolidación
 2. Fases consolidación
 3. Homogeneización
3. Métodos de integración
 1. Método de integración global
 2. Método de integración proporcional
 3. Procedimiento de puesta en equivalencia
4. Cuentas anuales consolidadas
 1. Balance consolidado
 2. Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada
 3. Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado
 4. Estado de flujos de efectivo consolidado
 5. Memoria

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura pretende medir el grado de aprendizaje global alcanzado por el alumno. Concretamente la evaluación consta de:

- Dos controles prácticos que representan un 30% de la nota.
- Un examen teórico que representa un 20% de la nota y que hay que aprobar.
- Un examen práctico que representa el 50% de la nota y que hay que aprobar.

BIBLIOGRAFÍA:

- Real Decreto 1514/2007 de 16 de noviembre por el que se aprueba el PGC.
- Real Decreto Legislativo 1159/2010 de 17 septiembre por el que se aprueban las normas de formulación de cuentas anuales consolidadas.
- NIC / NIIF (página web del ICAC www.icac.meh.es)
- Martínez Castillo (2011). *Consolidación de estados financieros*, 3.^a edición. McGraw-Hill.
- Álvarez Melcón, S.; Corona Romero, E. (2011). *Cuentas anuales consolidadas*. Ed. Pirámide.
- Labeaga Azcona, J.M. (2012).; Gutiérrez Gilsanz, I. *Manual de consolidación de estados financieros*. Ed. Instituto de Estudios Fiscales.
- Cabedo Toneu, M.; Lizanda Cuevas, J.M. (2012). *Consolidación contable y fiscal*. Ed. Centro de Estudios Financieros.
- *Normas para la formulación de cuentas anuales consolidadas*. Ed. ICAC, 2011.
- Pérez Castillo, F.J. (2011). *Consolidación de estados financieros*, Ed. ESIC.
- González Sainz, J. (coord.) *Normas de consolidación 2011*. Ed. Centro de Estudios Financieros.
- Pulido, A. (2010). *Combinaciones de negocios y preparación de cuentas anuales consolidadas*, Ed. Garceta.
- Boned, J.L.; Inglaterra, J.J. (2011). *Consolidación de estados financieros*. Ed. Profit.

Convergencia Mediática

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

The "Media convergence" is the discipline that examines the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and also the migratory behavior of media audiences.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
- Habilidades de investigación.
- Capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.

CONTENIDOS:

1. Introduction: Studying media and technological convergence
2. Co-evolution of old and new media: Convergence and market freedom
3. After and before of the network society: The Web 1.0, What is Web 2.0? and The network convergence
4. Production, distribution, consumption: The new technologies and the change the media modelo.
5. User content and audiencing: "the long tail" and the Interactivity

EVALUACIÓN:

1. Public research presentation-PRP (40%).
2. Appropriate use of visual aids-PRP (10%).
3. Theory Exam (30%).
4. Social Network (20%).

All milestones must be delivered in order to pass the course (1,3 and 4).

BIBLIOGRAFÍA:

- Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los mitjans de comunicació*. Barcelona: Paidós.
- Bringué, Xavier; Sádaba, Charo. (2011). *Menores y redes sociales*. Foro Generaciones Interactivas. Madrid: Fundación Telefónica. Disponible en: <http://www.generacionesinteractivas.org>
- IAB (2010): *II Estudio sobre Redes Sociales en Internet*. Interactive Advertising Bureau. Disponible en: <http://www.slideshare.net/elogia/informe-redes-sociales-iab-2010>
- Dwyer, Tim (2009). *Media Convergence, Issues in Cultural and Media Studies*. Nueva York: McGraw

Hill

- European Interactive Advertising Association (2009). *Las personas que usan varios medios simultáneamente participan y utilizan más internet*. Disponible en: [http://www.eiaa.net/news/eiaa-articles-details.asp?id = 210?=&=5](http://www.eiaa.net/news/eiaa-articles-details.asp?id=210?=&=5)
- European Interactive Advertising Association (2010). *Casi la mitad de los españoles no pueden vivir sin internet*. Disponible en: <http://www.eiaa.net/news/eiaa-articlesdetails>

Creación de Empresas

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

Normalmente las ideas de nuevos negocios surgen de la observación de la realidad al detectar necesidades que no están satisfechas por la oferta actual. El emprendedor identifica estas oportunidades y busca convertirse en una realidad empresarial, pero hay que saber hasta qué punto esa idea puede ser viable y cómo ponerla en marcha. Cabe análisis, reflexión y evaluación del proyecto.

El plan de empresa explica la idea de servicio/producto y los rasgos esenciales del negocio, todo ello de forma estructurada, estimulante y generando confianza. El plan de empresa es una guía de acción para crear y gestionar la empresa, y una carta de presentación de la empresa a terceros (inversores, socios, proveedores, etc.).

El objetivo de la asignatura es transmitir los conocimientos relativos a la creación de empresa, la elaboración del plan de empresa y desarrollar en los alumnos las habilidades correspondientes a los tres ámbitos que forman el triángulo básico para crear una empresa: potencial emprendedor, formulación de idea empresarial y análisis de viabilidad.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Redactar proyectos de gestión global, proyectos de áreas funcionales de la organización, planes de empresa, etc. que reflejen la capacidad para identificar y desarrollar iniciativas empresariales.

CONTENIDOS:

1. De la idea al plan de empresa.
 1. El emprendedor. Creatividad y características personales.
 2. Detectar oportunidades de negocio. ¿Qué necesidad?, ¿para quién?, ¿cómo cubrirla?
 3. Generación y evaluación de la idea. Las respuestas.
 4. Utilidad del plan de empresa. Guión del plan de empresa.
2. Entender el mercado y estudiar el cliente potencial.
 1. El mercado. Variables externas que condicionan las posibilidades de éxito.
 2. Perfil del consumidor. Consumidores emocionales, individualistas, digitales, etc.
 3. Segmentación y posicionamiento.
 4. Cómo llegar a los clientes. Estrategias de marketing para la nueva empresa.
3. Diseñando el funcionamiento de la empresa.
 1. El plan de operaciones. Procesos logísticos y servicios.
 2. Identificación de los recursos materiales necesarios.
 3. Los recursos humanos. Identificación de las habilidades y capacidades.
 4. Forma jurídica de la nueva empresa.
4. Análisis de viabilidad. El plan económico-financiero

1. Plan de inversiones y necesidades de financiaciones.
2. Estats financers previsionals:
 1. Cuenta de resultados provisional.
 2. Presupuesto de tesorería.
 3. Balance de situación provisional
5. Redacción y exposición del Plan de empresa

EVALUACIÓN:

La nota de la asignatura es formada por:

- Seguimiento y elaboración del plan de empresa (75% de la nota).
- Exposición del plan de empresa (25% de la nota).

La nota se determinará y comunicará cuando se haya expuesto el plan de empresa y corregido la versión escrita del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA:

- Amaru Antonio, César (2008). *Administración para emprendedores*. Pearson Education.
- García González, A.; Borjes Reverter, S. (2006). *Los nuevos emprendedores. Creación de empresas en el siglo XXI*. Editorial Universitat de Barcelona.
- García González, A. (2006). *Aplicación práctica de creación de empresas en las ciencias sociales*. Editorial Universitat de Barcelona.
- Miranda Oliván, A.T. (2004). *Cómo elaborar un plan de empresa*. Madrid: Thomson. (Colección negocios).
- Ollé, M.; Planellas, M., [et al] (1997). *El plan de empresa. Cómo planificar la creación de una empresa*. Editorial Marcombo.
- Gil, M.A. (1993). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. ESIC Editorial.
- Maqueda, F.J. (1994). *Creación y dirección de empresas*. Barcelona: Ariel Economía
- *El pla d'empresa*. http://www.cidem.com/cidem/cat/suport/pla_empresa/index.jsp
- *Com crear la teva empresa*. <http://www.barcelonanetactiva.com>
- *Tramitació telemàtica de documentació per a crear una empresa*. <http://www10.gencat.net/gencat/AppJava/cat/sac/serveis.jsp?tema=500320#>

Dirección de Operaciones

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

- Proporcionar al alumno el lenguaje básico relacionado con el entorno de operaciones de la empresa a partir de definir conceptos y herramientas básicas.
- Desarrollar habilidades que permitan análisis desde una visión global.
- Desarrollar habilidades analíticas de organizaciones complejas para poder modelizar el comportamiento.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad de utilizar satisfactoriamente y con fines académicos y profesionales la lengua inglesa.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Desarrollar habilidades directivas de gestión de personas y ser capaz de llevar a cabo negociaciones para obtener acuerdos favorables y sostenibles en el ámbito de la gestión empresarial.
- Redactar proyectos de gestión global, proyectos de áreas funcionales de la organización, planes de empresa, etc. que reflejen la capacidad para identificar y desarrollar iniciativas empresariales.
- Dirigir una organización y gestionar algunas de sus áreas funcionales, entendiendo su ubicación competitiva e institucional, identificando sus fortalezas y debilidades y alineando los objetivos funcionales con la estrategia empresarial.

CONTENIDOS:

1. La dirección de operaciones y/o logística
2. Sistemas de información. El Cuadro de Mando Integral
3. La planificación y la previsión de demanda
4. Compras, abastecimientos y negociaciones
5. Producción: MRP I / CPR-MRP II / TOC / JIT / Scheduling
6. Calidad total
7. Inventarios y almacenes
8. Distribución física y transporte

EVALUACIÓN:

- El 30% se obtendrá de una prueba correspondiente a los temas 1-4.
- El 30% se obtendrá de una prueba correspondiente a los temas 5-8.
- El 20% se obtendrá de un trabajo teórico (comentario de texto de un libro).

- El 20% se obtendrá de un trabajo práctico.

BIBLIOGRAFÍA:

- Domínguez-Machuca [et al.] (1999). *Dirección de operaciones y aspectos estratégicos en la producción y en los servicios*. McGraw Hill.
- Domínguez-Machuca [et al.] (1996). *Dirección de operaciones y aspectos tácticos y operativas en la producción y en los servicios*. McGraw Hill.
- Heizer, J.; Render, B. (2000). *Dirección de la producción: decisiones estratégicas*. Prentice Hall.
- Heizer, J.; Render, B. (2000). *Dirección de la producción: decisiones tácticas*. Prentice Hall.
- Mark M. Davis; Nicholas, J.; Aquilano; Richard Chase (2001). *Fundamentos de dirección de operaciones*. McGraw Hill.
- Krajewski L., Ritzman L.; Malhotra M. (2008). *Administración de operaciones*. Pearson Prentice Hall.
- Chase y Aquilano, J. (1994). *Dirección y administración de la producción y de las operaciones*. Addison-Wesley.
- Martín Peña, M.I.; Carrasco Bañuelos, E.; Díaz Garrido, E.; García Muiña, F.E.; Montero Navarro, A. (2003). *Dirección de la producción: problemas y ejercicios resueltos*. Prentice Hall.
- *Estratègia competitiva a la petita i mitjana empresa: 10 casos reals* (2010). Cambra de Comerç de Barcelona i Universitat de Vic.
- ESADE Business School (2003). *Guies de la gestió de la innovació. Producció i logística*. CIDEM

Estrategia y Nuevos Modelos de Negocio

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

En un contexto de alta competitividad y de constantes cambios económico-sociales y medioambientales, la ventaja competitiva de las empresas se encuentra en la habilidad de aplicar el conocimiento y la experiencia para evolucionar hacia nuevos planteamientos que permitan desarrollar nuevos procesos, productos o servicios. La innovación en modelos de negocio consiste en definir las nuevas bases a partir de las cuales la empresa crea valor dando respuestas a las nuevas condiciones del entorno.

El estudiante se familiarizará con herramientas y técnicas para analizar modelos de negocio y para aplicar estrategias innovadoras en el diseño de modelos de negocio de forma sistemática.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Redactar proyectos de gestión global, proyectos de áreas funcionales de la organización, planes de empresa, etc. que reflejen la capacidad para identificar y desarrollar iniciativas empresariales.
- Dirigir una organización y gestionar algunas de sus áreas funcionales, entendiendo su ubicación competitiva e institucional, identificando sus fortalezas y debilidades y alineando los objetivos funcionales con la estrategia empresarial.

CONTENIDOS:

1. Estrategia y modelo de negocio que relacionan la empresa con el nuevo entorno. Necesidad de un nuevo enfoque del management. Estrategias de innovación, elementos básicos del proceso de innovación. Elementos básicos del modelo de negocio. Fuentes de la innovación en la empresa, innovación incremental e innovación radical. Situación actual de la innovación en las empresas. Empresa abierta. Modelos de negocio tradicionales, modelos obsoletos.
2. Mecanismos para la generación de nuevos modelos de negocio. La empresa innovadora, diseño de la estructura organizativa. Cultura organizativa y gestión de nuevo modelo: activadores, buscadores, creadores, desarrolladores, ejecutores, facilitadores. Áreas claves: marketing, tecnología, innovación.
3. Formulación de nuevos procesos y nuevos modelos de negocio. Innovación en los procesos productivos y en los procesos de distribución comercial y logística. Participación de los consumidores (prosumer, crowdsourcing, productos/servicios wiki, bloggin, etc.). Cooperando entre rivales.
4. Esquema de análisis. Recursos. Actividades clave. Socios-colaboradores. Tipología de nuevos modelos de negocio.
5. El proceso de diseño de modelos de negocio. Costes del nuevo modelo de negocio.
6. Propuesta de un nuevo modelo de negocio. Estructura del nuevo modelo.

EVALUACIÓN:

El desarrollo de las sesiones incluirá la preparación y discusión de casos así como la preparación y presentación de trabajos. Al finalizar el cuatrimestre el alumno deberá elaborar una propuesta de diseño de nuevo modelo de negocio para una empresa concreta que debe entregar en formato de informe y hacer una presentación en clase.

El sistema de evaluación se forma con los siguientes elementos:

- Evaluación continua (participación activa, resolución ejercicios): 15% de la nota final.
- Elaboración y presentación de trabajos. Análisis de casos de modelos de negocio, tipologías de modelos: 50% de la nota final.
- Propuesta de un nuevo modelo de negocio. Elaboración y presentación: 35%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Afuah, A. (2004). *Business models. A strategic management approach*, Nova York: McGraw-Hill Irwin.
- Amit, R.; Zoft, C. (2001) "Value Creation in E-Business". *Strategic Management Journal*, 22, pp. 493-52
- Casadesus-Masanell, R. (2004) "Dinámica competitiva y modelos de negocio". *Universia Business Review*. 4.º trimestre.
- Chesbrough, Henry W. (2009). *Innovación abierta*. Barcelona: Plataforma Empresa.
- Cornella, A.; Flores, A.; Amiguet, Epi. (2006). *La alquimia de la innovación*. CIDEM.
- Don Tapscott, Anthony Willians (2007) *Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Escorsa, P.; Valls, J. (1996). *Tecnología i innovació a l'empresa. Direcció i gestió*. Barcelona: Ediciones UPC.
- Hamel, G. (2008). *El futuro del management*. Barcelona: Paidós (1.ª ed.)
- Kim, Chan; Mauborgne, Re (2005). *La estrategia del océano azul: Cómo crear en el mercado. Espacios no disputados en los que la competencia sea irrelevante*. Ediciones Granica.
- Moreno, M.; Pérez, A. (2003) *La innovació a les petites empreses catalanes. Les cooperatives de treball*. CIDEM.
- M.W. Johnson; C.M. Christensen; H. Kagermann (2008), "Reinventing your business model", *Harvard Business Review*, diciembre, pp. 50-59.
- Ontiveros, E. (2006) *Creatividad, innovación, competitividad*. Cátedra La Caixa. Economía y sociedad. Conferencia febrero 2006.
- Salas Fumás, V. (2009) "Modelos de negocio y nueva economía industrial". *Universia Business Review*. Tercer trimestre 2009, ISSN: 1.698-5.117
- Shafer, S. M.; Smith, H.; Linder, J.C. (2005) "The Power of Business Models", *Business Horizons*, 48, pp. 199-207.
- Trías de Bes, F.; Kotler, P. (2011) *Innovar para ganar. Modelo AF*. Empresa Activa.

Otras fuentes de documentación

- Cornella, Alfons (2000). Infonomia.com. Bilbao: Deusto.
- Casadesus-Masanell, R.; Ricart, J.E. (2009). "Competing Through Business Models". Dentro: *Business Model Community*
- Chesbrough Henry, W. (2006). *Open Business Models. How to Thrive in the New Innovation Landscape*. Harvard Business School Press.
- Davenport, Thomas H.; Leibold, Marius; Voelpel, Sven C. (2006) *Strategic Management in the Innovation Economy*. ISBN / ISSN: 3-89578-263-7
- Martínez Villaverde, Lorena (2006). *Gestión de cambio e innovación en la empresa: un modelo para la innovación empresarial* ISBN / ISSN: 84-983-90-087
- Morcillo, Patricio. *Cultura e innovación empresarial. La conexión perfecta*. Thomson, 2007
- Ponti, Franc; Ferràs, Xavier (2006). *Pasión por innovar: de la idea al resultado*. Ediciones Granica.
- Salas Fumás, V. (2007) *El siglo de la empresa*. Fundación BBVA. Madrid.

- Terré, Eugeni (1999). *Guia per gestionar la innovació*. CIDEM.
- Timothy Brown *Innovation Through Design Thinking*. <http://web.mit.edu/evhippel/www/democ1.htm>
- www.cordis.lu/trendchart
- www.businessmodelcommunity.com
- www.businessweek.com/innovate/
- www.proinno-europe.eu

Estrategias de Comunicación Global

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

In this course we will explore the world of advertising the way that we will all experience it in the future: global competition and worldwide markets; technological revolutions; and advertising for brands under very different cultural, regulatory, and competitive conditions.

Today's marketers search the globe for potential target audiences and often find persons whose culture, values and beliefs are distinctive, and who will as a result, respond quite differently to advertising appeals.

Two mayor phenomena are currently impacting consumers worldwide.

The first is the extraordinary growth in the number of businesses operating internationally.

Today, consumers around the world smoke Marlboro cigarettes and write with Bic pens, watch Sony television sets and drive Toyota autos.

Shoppers can stop in for a McDonald's burger in Paris or Beijing, and German and Japanese citizens alike increasingly make their purchases with the American Express Card.

The growth and expansion of firms operating internationally have led to the rise of the second phenomenon, the growth in international advertising.

The challenge in this rapidly changing global marketplace is the need to find information about competitors, consumers, media audiences, accepted cultural practices, and reactions to advertising in locations not familiar and for which our customary sources of information are inadequate at best.

Issues of ethical and corporate responsibility by multinational advertisers operating in developing and lesser developed nations have raised new concerns about globalization and its varying influences, both positive and negative, on different societies.

Gaining understanding in cultural difference and risk-assessment are increasingly being demanded of 21st century marketing communicators.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad de utilizar satisfactoriamente y con fines académicos y profesionales la lengua inglesa.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
- Capacidad para actuar de acuerdo con un compromiso ético en el trabajo.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad de liderar la comunicación entre los diferentes componentes de la empresa, desde la dirección general pasando por los cuadros directivos y empleados.

CONTENIDOS:

Tentative schedule

Week 1: Introduction to the Course
Week 2: International Advertising: Historical
Week 3: Perspectivas and Why Companies Go Global
Week 4: Assessing the Environmental Factors
Week 5: International Marketing Mix
Week 6: Standardization versus adaptation
Week 7: Global adaptation
Week 8: Mid Term Exam
Week 9: Global Public Relations
Week 10: Global Communications Plan (I)
Week 11: Global Communications Plan (II)
Week 12: Global Communication PR Plan
Week 13: Final Exam

EVALUACIÓN:

Various elements will be taken into account when determining your final grade. The instructor will explain in detail the content, criteria and specific requirements for all assessment categories but the basic breakdown is as follows below.

- Class Participation: 10%.
- Case Study & Analysis: 15%.
- Individual Presentation: 15%.
- Group Presentation: 20%.
- Midterm Examination: 20%.
- Final Examination: 20%.

I will explain in detail the content and specific instructions for all assessment categories and will also assign the topics or cases for your individual and group presentations at the beginning of term, taking into account your personal interests, experience and areas of specialization. However, when deciding class participation grades, traditional criteria such as attendance, punctuality, preparation, completed reading before class, interactive group work and active, meaningful participation are all taken into account

BIBLIOGRAFÍA:

Suggested Supplemental Texts and Information

During the semester you may wish to read additional information about international advertising.

Listed below are some suggested books that may be useful resources to you during the semester.

- *Advertising and Societies: Global Issues* (2003), by Katherine Toland Frith and Barbara Mueller, Peter Lang Publishing, New York. (ISBN 0-8204-6207-1)
- *Marketing and Consumer Identity in Multicultural America* (2001), by Marye C. Tharp, Sage Publications, Thousand Oaks, CA. (ISBN 0-7619-1103).
- *Advertising Worldwide: Concepts, Theories and Practice of International, Multinational and Global Advertising* (1994), Second. Edition, by Marieke de Mooij, Prentice Hall, NY.
- *Understanding Global Culturas* (2001), Second Edition, by Martin Gannon, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradojas* (1998), by Marieke de Mooij, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

- *International Advertising: Realities and Myths* (2000): edited by John Philip Jones, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *Global Marketing for the Digital Age* (1999), by Bill Bishop, NTC Business Books, Chicago.
- *Advertising in Asia: Communication, Culture and Consumption* (1996), edited by Katherine Toland Frith, Iowa State University Press, Ames.
- *Kiss Bow or Shake Hands: How to Do Business in 60 Countries* (1994), by Wayne A. Conaway, Adams Media Corporation.

Gestión de Cartera

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

La asignatura se centra en describir los diferentes productos de renta fija y las características básicas de estos activos. Aparte de estas características también se tratarán aspectos como la estructura temporal de tipos de interés, la duración y convexidad de un título, la inmunización de una cartera y, por último, la gestión activa y pasiva de una cartera de títulos de renta fija.

- Conocer el mercado de renta fija español.
- Saber analizar la estructura temporal de tipos de interés y calcular los tipos forward implícitos.
- Entender y saber calcular las medidas de duración y convexidad.
- Conocer cómo se inmuniza una cartera de títulos de renta fija.
- Conocer las diferentes formas de gestión de una cartera (activa o pasiva).

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.

CONTENIDOS:

1. El mercado de renta fija
 1. Estructura del mercado de renta fija español
 2. Valoración de los activos de renta fija.
2. El riesgo de variación de tipos de interés
 1. Tipo de riesgo
 2. Estructura temporal de los tipos de interés.
3. Duración y convexidad
 1. Duración de un título o cartera de renta fija.
 2. Convexidad de un título o cartera de renta fija.
 3. Determinación del precio de un título o cartera conocida su duración y convexidad.
4. Gestión de carteras de renta fija
 1. Tipos de gestión de una cartera.
 2. Inmunización de una cartera.
 3. Cómo gestionar activamente una cartera.

EVALUACIÓN:

Para evaluar los resultados conseguidos por el alumno se tendrá en cuenta:

- La realización de prácticas que tendrán un valor de 5 puntos.
- La realización de un examen que tendrá un valor de 5 puntos.

Superarán la asignatura aquellos alumnos que sumen un total de 5 puntos entre los dos conceptos.

BIBLIOGRAFÍA:

Básica

- Mascareñas Pérez-Iñigo, Juan. *Gestión de activos financieros de renta fija*. Madrid: Pirámide, 2002.

Complementaria

- Fabozzi, Frank J.; Modigliani, Franco; Ferri, Michael G. (1996). *Mercados e instituciones financieras*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana. 697 pág.
- Feria Domínguez, José Manuel (2005). *El riesgo de mercado: su medición y control*. Las Rozas Madrid: Delta Publicaciones. 283 pág.
- Fernández, Pablo; Pregel, Gert (1989). *Bonos convertibles en España*. Barcelona: Iese.
- Ferruz, Luis (2009). *Dirección financiera del riesgo de interés*. Madrid: Pirámide.
- Grandío Dopico, Antonio; López Siáñez, Pedro A. (1997). *Mercados financieros*. Madrid: McGraw-Hill. 444 pág.
- Knop, Roberto (2000). *Finanzas de diseño: manual de productos estructurados*. Madrid: Escuela de Finanzas Aplicadas.
- Madura, Jeff (2001). *Mercados e instituciones financieras*, 5.^a ed. México: Thomson Learning.
- Martín Marín, José Luis; Ruiz Martínez, Ramón Jesús (1994). *El inversor y los mercados financieros*, 2.^a ed. Barcelona: Ariel. 321 pág.
- Mascareñas Pérez-Iñigo, Juan; López Pascual, Joaquín (1995). *Renta fija y fondos de inversión*. Madrid: Pirámide. 196 pág.
- Parejo Gámir, José Alberto [et al.] (1997). *Manual de sistema financiero español*, 10.^a ed. act y rev. Barcelona: Ariel. 605 pág.

Investigación de Mercados

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

Esta asignatura estudia todo el proceso de una investigación de mercados, desde el diseño de una investigación, fuentes de obtención de datos, elaboración de una encuesta, hasta el análisis estadístico e interpretación de la información sobre el mercado.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidades de investigación.
- Capacidad de análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener capacidad de analizar e interpretar correctamente los resultados estadísticos como apoyo en el proceso de toma de decisiones.

CONTENIDOS:

1. Introducción a la investigación de mercados
2. El proceso de la investigación y fuentes de información
3. Investigación cualitativa. Técnicas
4. Investigación cuantitativa. Técnicas
5. Encuesta
6. Escalas y técnicas de medida
7. Muestreo
8. Análisis de datos unidimensionales, bidimensionales y multidimensionales
9. Uso del programa estadístico SPSS

EVALUACIÓN:

La asignatura se evaluará en tres partes:

- Un control a la finalización de la parte teórica (40%)
- Entrega y presentación de un trabajo referente a la realización de una investigación de mercados (50%)
- Entrega de varios ejercicios o prácticas a lo largo del curso (10%)

La nota final será la media ponderada de estas tres partes.

En caso de no tener una media aprobada sólo se podrá recuperar una de las dos primeras partes.

BIBLIOGRAFÍA:

- Hair, J. [et al.] (1999). *Análisis multivariante*. Prentice Hall.
- Luque, T. (2000). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Madrid: Pirámide.
- Miguel, S. [et al.] (1996). *Investigación de mercados*. McGraw-Hill.
- Ortega, E.(1992). *Manual de investigación comercial*. Madrid: Pirámide.
- Pedret, R. [et al.] (2000). *La investigación comercial como soporte del marketing*. Deusto.
- Santesmases, M. (2003). *Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Madrid: Pirámide.
- Visauta, B. (1997). *Análisis estadístico con SPSS para Windows. Estadística básica*. McGraw-Hill.
- Visauta, B. (1998). *Análisis estadístico con SPSS para Windows. Estadística multivariante*. McGraw-Hill.
- Zikmund, William G. (1998). *Investigación de mercados*. Madrid: Prentice Hall.

Investigación Operativa I

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

Currently the organizations are composed by a set of different processes where is necessary to take a set of decisions for improving the global performance. The operation research provides quantitative tools for supporting the decision making process where its basis is the modelization of the problem using a mathematic scheme, its resolution and its economic interpretation for helping in a decision making process.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.

CONTENIDOS:

1. Introduction to Operational Research
2. Modelization of a Linear Program
3. Solving a Linear Program
4. Economical Interpretation of a Linear Program Solution
5. Integer Linear Programming

EVALUACIÓN:

- Class participation and exercises - 40%
- Practicum: Solve show case - 60%

BIBLIOGRAFÍA:

- Bazaraa, M.S. [et al.] (1990). *Programación lineal y flujo en redes*. México: Limusa.
- Luenberger, D.E. (1989). *Programación lineal y no lineal*. Ed. Addison-Wesley Iberoamericana.
- Pardo, L. (1987). *Programación lineal continua*. Madrid: Díaz de Santos.
- Pardo, L.; Felipe, A. y Pardo, J. (1990). *Programación lineal entera*. Madrid: Díaz de Santos.

Liderazgo y Habilidades Directivas

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

The aim of the course is to familiarise students with practical issues within the world of business, looking at the role of business within society and examining themes related to efficiency, organisation, communication and ethics. All classes and materials will be in English, though this is not a language course and students will not be directly assessed on linguistic abilities.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

CONTENIDOS:

Business and culture; motivation and delegation; stakeholder analysis; consumer and employee issues; corporate social responsibility; product issues; change management; public affairs management (lobbying); business-government relations; business, the media and internal communication; recruitment.

EVALUACIÓN:

- Written assignments: 30%.
- Seminar leadership: 10%.
- Seminar participation: 20%.
- Book review: 20%.
- Case study: 20%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Carroll, A. *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*.
- Kotter, J. *Our Iceberg is Melting*.
- Lawrence, A. *Business and Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy*.

Marketing Internacional

Créditos: 6.00

OBJETIVOS:

The main aim of the course is to give a general overview of the marketing strategies at an international level. We examine issues that go from a macro-environment analysis to a microenvironment focus, from a managerial perspective. Marketing will be analysed as a tool to help a firm set its strategic direction in international markets.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Capacidad para utilizar satisfactoriamente y con fines académicos y profesionales la lengua inglesa.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Habilidad para trabajar en un contexto internacional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer los fundamentos básicos del marketing en las organizaciones, tanto a nivel nacional como internacional.
- Reconocer y cuestionar los estereotipos y las culturas diferentes y comprender su impacto en el mundo de los negocios y la comunicación.

CONTENIDOS:

The course is divided into three main blocks:

1. Environmental analysis (economic, political, legal, cultural, technological)
2. Strategy (competition, segmentation, positioning, market entry modes)
3. Implementation and the 4Ps of marketing (product, price, place, promotion)

EVALUACIÓN:

- Mid term exam: 25%.
- Final exam: 30%.
- Written marketing plan: 25%.
- Oral presentation of the marketing plan: 10%.
- Class participation: 10%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Czinkota, Michael R. & Ronkainen, Ilkka A. (2007). *International Marketing*. Thomson.
- Keegan, Warren J. & Schlegelmilch, Bodo B. (2001). *Global Marketing Management. A European perspective*. Prentice Hall.
- Keegan, Warren J. (2009). *Global Marketing Management*. Prentice Hall.

- Kotler, Philip (2002). *Marketing Management*. Prentice-Hall.

Mercados Financieros

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

Proporcionar al estudiante los fundamentos y las bases necesarias para conocer los mercados financieros y sus productos. En concreto la renta variable, la renta fija y las opciones financieras.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Habilidades de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Tener la capacidad de aplicar los conceptos matemáticos en diversas áreas de la administración y dirección de empresas.
- Saber determinar la viabilidad económica de una inversión a partir de criterios de selección de inversiones, teniendo capacidad para interpretar los diferentes modelos teóricos de valoración de empresas.

CONTENIDOS:

1. Introducción.
2. Mercados de renta variable.
3. Mercados de renta fija.
4. Mercados de derivados.

EVALUACIÓN:

Habrà una práctica-trabajo al final de cada uno de los temas 2, 3 y 4. Cada tema tendrá un peso del 33,33% de la nota total.

BIBLIOGRAFÍA:

Se proporcionará a medida que sea necesaria.

Simulación Empresarial

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

Esta asignatura pretende hacer entender a los alumnos que la capacidad de competir en el mercado es un elemento fundamental para la buena marcha de las empresas; que a menudo los resultados empresariales tienen que ver con el nivel global de competencia y eficiencia del sector, y que la capacidad de trabajar en equipo es fundamental en la empresa actual.

Para hacerlo, situados en el marco del proceso de dirección estratégica, la asignatura aborda de forma práctica, con el apoyo del programa de simulación, la definición, implementación, funcionamiento y resultados de las diferentes alternativas estratégicas empresariales que, de forma teórica, explican en las asignaturas vinculadas a la dirección y gestión de empresa.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Habilidad en el uso de la informática: capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Redactar proyectos de gestión global, proyectos de áreas funcionales de la organización, planes de empresa, etc. que reflejen la capacidad para identificar y desarrollar iniciativas empresariales.

CONTENIDOS:

1. El marketing estratégico en relación al marketing operativo.
2. Análisis de situación y definición de estrategias. (El plan estratégico.)
3. Comportamiento de compra del consumidor.
4. Segmentación, target y posicionamiento de productos.
5. Evaluación de resultados.

EVALUACIÓN:

Proceso de evaluación:

- 30% en base al documento denominado plan de acción.
- 30% en base a los resultados del juego.
- 20% en base al documento de presentación de resultados.
- 20% en base a la presentación de los resultados.

BIBLIOGRAFÍA:

- Porter, M. (2009) *Estrategia competitiva*. Madrid: Pirámide.
- Kotler, P. [et al.] (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- Manual propio de la asignatura. Disponible en el campus virtual.

Sistema Tributario Español

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es que el alumno alcance un grado de conocimientos prácticos suficientes sobre la incidencia de los tributos en el desarrollo de las actividades empresariales y profesionales y, especialmente, en lo que respecta a las pequeñas y medianas empresas.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad y habilidad de trabajar en equipo.
- Capacidad para actuar de acuerdo con un compromiso ético en el trabajo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Conocer el derecho que afecta la empresa en general, a las sociedades mercantiles en particular y a la contratación mercantil y su legislación específica.

CONTENIDOS:

1. Incidencia fiscal de las formas jurídicas adoptadas para el ejercicio de una actividad empresarial. Opciones jurídicas respecto a la titularidad de una actividad empresarial y las consecuencias fiscales. Residencia y domicilio fiscal. El ejercicio de las opciones fiscales y su incidencia en las obligaciones tributarias. El Número de Identificación Fiscal. La declaración de inicio de actividad a efectos del IVA - la Declaración Censal. El impuesto municipal sobre actividades económicas (IAE).
2. El impuesto sobre el valor añadido. La obligación de repercusión en el tráfico interior de bienes. Las prestaciones de servicios. Base Imponible y tipos impositivos. La factura y sus requisitos de carácter fiscal. El asentamiento en los libros registro de las operaciones realizadas. Implicaciones fiscales del impago de las facturas, de la anulación de operaciones y de los errores. El tráfico intracomunitario de bienes (adquisiciones y entregas intracomunitarias). El tráfico exterior de bienes (importaciones y exportaciones) Los servicios conexos. Obligaciones formales. El procedimiento general de liquidación del IVA. Concepto y requisitos de IVA soportado deducible. Las reglas de prorata. Adquisición y transmisión de bienes de inversión. Compensación y devolución. Los regímenes especiales: delimitación del ámbito de aplicación. El régimen simplificado. Los regímenes especiales del comercio minorista. El régimen especial de agricultura, ganadería y pesca. El régimen especial del recargo de equivalencia.
3. Otros impuestos indirectos. Las operaciones sometidas a impuestos especiales. El Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
4. La imposición sobre la renta de las personas físicas. Estructura de la imposición sobre la renta. El concepto fiscal de renta. La imposición sobre las rentas de trabajo. Régimen de retención y de ingresos a cuenta. La imposición sobre el capital.
5. La imposición sobre la renta de las sociedades. Concepto y determinación del beneficio fiscal. Correcciones de valor. Gastos no deducibles. Incentivos fiscales. La problemática de la doble imposición.

Incentivos específicos para las empresas de reducida dimensión. Otros regímenes especiales: Cooperativas y Sociedades Laborales.

6. Integración del beneficio empresarial a la imposición sobre la renta de las personas físicas.
Estructura del impuesto sobre la renta de las personas físicas. Métodos y procedimientos de determinación de la base imponible: Estimación directa: normal y simplificada y estimación objetiva. Coordinación con los regímenes especiales del IVA. La integración de los rendimientos a IRPF. Efectos de la afectación de elementos patrimoniales a la actividad empresarial. Las deducciones en la cuota. Los pagos fraccionados y a cuenta.
7. Impuestos sobre los beneficios obtenidos por las entidades no residentes.
El concepto de Establecimiento Permanente. Convenios para evitar la doble imposición sobre la renta.
8. Efectos fiscales de la liquidación de una sociedad.
La desafectación de elementos patrimoniales afectos a una actividad empresarial. Operaciones de concentración y escisión empresarial. La transmisión "inter-vivos" y "mortis-causa" de la empresa.

EVALUACIÓN:

La evaluación de la asignatura es continua. Después de cada área temática se desarrollarán supuestos prácticos de aplicación de los tributos que el alumno deberá resolver y presentar en clase para su evaluación.

Asimismo se hará un control sobre el grado de conocimiento de los conceptos básicos de los tributos que se estudiarán.

- La resolución de los supuestos prácticos puntuarán un 50% de la nota final.
- El control puntuará un 35% de la nota final.
- La asistencia a clase e implicación personal: 15% nota final

La suma de las puntuaciones parciales constituirá la nota final del examen, siempre que se apruebe la correspondiente a los supuestos prácticos.

En la fecha de repesca de la asignatura solo podrá realizarse la recuperación siempre y cuando se hayan realizado los supuestos prácticos y el control.

BIBLIOGRAFÍA:

Para seguir la asignatura el estudiante debe estar en contacto con los textos legales reguladores de cada tributo. En el Campus virtual se colgarán las leyes tributarias necesarias, con las últimas actualizaciones legislativas.

- Albi Ibañez, J. *Sistema fiscal español*. Ariel.
- Bejarano, M. Arcila, M. *Régimen fiscal de la empresa*. Tecnos.
- Queralt, M. Serrano, J. *Curso de derecho financiero y tributario*. Tecnos.
- *Memento tributario*. Editorial Francis Lefebvre.
- Las leyes reguladoras de cada tributo (actualizadas).
- Página web de la Agencia Estatal Tributaria <http://www.aeat.es>
- <http://www.minhac.es>

Técnicas de Comercio Exterior

Créditos: 3.00

OBJETIVOS:

En un mercado tan competitivo como el actual es imprescindible que la empresa no limite la comercialización de su producto en el ámbito nacional, sino que también abra las puertas al exterior, en busca de clientes internacionales. La internacionalización de la empresa es una gran aventura, no todo es fácil ni sencillo y requiere una gran preparación para hacer frente a los nuevos retos empresariales.

El objetivo primordial de esta asignatura es proporcionar al alumno los conocimientos teóricos y prácticos de este apasionante mundo del comercio internacional.

COMPETENCIAS GENÉRICAS:

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Habilidad en el uso de la información: buscar, analizar, comprender y gestionar la información.
- Capacidad para poner en práctica los conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad para realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Habilidad para trabajar en un contexto internacional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Redactar proyectos de gestión global, proyectos de áreas funcionales de la organización, planes de empresa, etc. que reflejen la capacidad para identificar y desarrollar iniciativas empresariales.
- Conocer los fundamentos básicos del marketing en las organizaciones, tanto a nivel nacional como internacional.

CONTENIDOS:

1. Marketing internacional:

Introducción al comercio internacional. Análisis de los mercados internacionales. Fuentes de información internacionales. Estrategias de introducción en mercados internacionales. Análisis de los Incoterms 2010

2. Transporte internacional y logística:

Análisis de transporte internacional de la mercancía. Análisis del seguro en el transporte internacional de mercancías

3. Gestión administrativa y aduanera:

Análisis de los documentos necesarios en las operaciones de comercio internacional. El seguro de crédito a la exportación. Régimen de Perfeccionamiento

4. Finanzas internacionales:

Medios de pago internacionales. Mercado de divisas y riesgo de cambio.

EVALUACIÓN:

- Participación activa y asistencia a clase, un 10%.
- Realización y exposición oral de un informe individual sobre la búsqueda de información de un mercado internacional, de 2 hojas máximo, un 20%.

- Realización y exposición oral de un trabajo individual relacionado con el comercio internacional, de 10 hojas máximo, un 20%.
- Examen final sobre los contenidos teóricos y prácticos trabajados en clase, 50%.

BIBLIOGRAFÍA:

- Cabo, J.L.; Palmés Combalia, R.; Poch Ochos, D. (2000). *Casos pràctics de comerç internacional. Màrqueting*. COPCA.
- Coll Solà, Goretti; Gost Gijón, Roser. (2000). *Casos pràctics de comerç internacional. Transport*. COPCA.
- Creus i Tudó, Maria (2000). *Casos pràctics de comerç internacional. Finançament*. COPCA.
- Varios autores (1993). *Comerç internacional: curs d'especialistes*. ICEX.
- Varios autores (2002).. *Incoterms. El lenguaje común del comercio internacional*. ICEX.
- Díaz Mier, M.A. (2002). *Técnicas de comercio exterior I*. Editorial Pirámide.
- Díaz Mier, MA; Hernando, J.M. (2002). *Técnicas de comercio exterior II*. Editorial Pirámide.
- Enríquez, J.J. (2004). *Transport internacional de mercaderies*. ICEX.
- Hernández Muñoz, L. (2005). *El crèdit documentari*. ICEX.
- Serantes Pedro. (2000). *Mitjans de pagament internacionals. Casos pràctics*. ICEX.
- Serantes Pedro. (2000). *Análisis práctico de los diferentes medios de pago*. Cuadernos básicos de exportación. ICEX.
- Sierra Albó, Mireia (2003). *Gestió administrativa de comerç internacional I*. COPCA / Generalitat de Catalunya.
- Sierra Albó, Mireia. (2003). *Gestió administrativa de comerç internacional II*. COPCA / Generalitat de Catalunya.