

1. Identificación de la asignatura

NOMBRE	Seminarios de Economía y Empresa	
TITULACIÓN	Graduado o Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo	CENTRO
TIPO	Optativa	Nº TOTAL DE CRED
PERIODO	Anual	IDIOMA
COORDINADOR/ES		EMAIL
Gonzalez-Del Rey Rodriguez Ignacio		ignatium@uniovi.es
Sanzo Perez Maria Jose		mjsanzo@uniovi.es
Bilbao Terol Amelia Maria		ameliab@uniovi.es
Martinez Arias Antonio Manuel		martinar@uniovi.es
Moreno Cuartas Blanca		morenob@uniovi.es
PROFESORADO		EMAIL
Hernandez Nanclares Nuria		nhernan@uniovi.es
Martinez Arias Antonio Manuel		martinar@uniovi.es
Landajo Alvarez Manuel		landajo@uniovi.es
Vicente Cuervo Maria Rosalia		mrosalia@uniovi.es
García Fernández Roberto		rgarfer@uniovi.es
González Díaz Belén		bgonzal@uniovi.es
Arrondo Garcia Ruben		rarrondo@uniovi.es
Sanzo Perez Maria Jose		mjsanzo@uniovi.es
Presno Casquero Maria Jose		mpresno@uniovi.es
Bilbao Terol Amelia Maria		ameliab@uniovi.es
Cueto Iglesias Maria Begoña		bcueto@uniovi.es
Rubiera Morollon Fernando		frubiera@uniovi.es
Moreno Cuartas Blanca		morenob@uniovi.es
Estrada Alonso Olga		oles@uniovi.es
Ballina Ballina Francisco Javier De La		fballina@uniovi.es
Llorente Marron Maria Del Mar		mmarron@uniovi.es
Soto Alvarez Jose Manuel		jsoto@uniovi.es
Fernandez Gonzalez Paula		pfgonzal@uniovi.es
Suarez Alvarez Leticia		lsuarez@uniovi.es
Gonzalez-Del Rey Rodriguez Ignacio		ignatium@uniovi.es
Garcia Muñiz Ana Salome		asgarcia@uniovi.es
Fernandez Rodriguez Maria Elena		mefernan@uniovi.es
Matesanz Gomez David		matesanzdavid@uniovi.es
Antomil Ibias José		jantomil@uniovi.es

Hernandez Muñiz Manuel	mmuniz@uniovi.es
Diaz Fernandez Maria Montserrat	mdiaz@uniovi.es
Menendez Requejo Susana	srequejo@uniovi.es

2. Contextualización

La asignatura "Seminarios de Economía y Empresa" se imparte a lo largo del primer y del segundo semestre del cuarto curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) y del Grado en Economía. Se trata de una **asignatura optativa anual de 6 créditos** que forma parte del Módulo 10 "Transversal" (en el caso del Grado en Economía).

La asignatura está integrada por siete posibles seminarios entre los que el estudiante, una vez matriculado en la asignatura, podrá elegir el que más le interese. Los seminarios se organizan cada curso académico con la finalidad de complementar los diferentes módulos del Grado en Administración y Dirección de Empresas, profundizando en diversos contenidos formativos de cada Grado y en temas de carácter transversal, así como posibilitando la participación en actividades relevantes del mundo empresarial y económico que analicen cada año los aspectos más importantes del debate económico, empresarial y social.

3. Requisitos

No se establece ningún requisito previo obligatorio para cursar esta asignatura. Sin embargo, se recomienda tener en cuenta que la asignatura trata contenidos variados vinculados a distintos Departamentos y Áreas de Conocimiento, por lo que a la hora de elegir entre ellos el estudiante deberá tener en cuenta el perfil profesional que desea para su formación y curriculum.

El proceso de selección del seminario concreto incluye los siguientes pasos:

1. El estudiante, a la vez que se matricula de las restantes asignaturas del curso académico 2013-2014, deberá también **matricularse en la asignatura "Seminarios de Economía y Empresa" dentro del plazo general de matrícula** establecido por la Universidad de Oviedo.

2. **Entre las 14:00 horas del 26 de agosto y las 24:00 horas del 29 de agosto, el estudiante que se haya matriculado en la asignatura "Seminarios de Economía y Empresa" deberá cumplimentar un formulario que estará disponible en la página web de la Facultad (<http://econo.uniovi.es/>).** En el formulario se indicarán cuáles son los seminarios, de los siete ofertados, que estaría dispuesto a cursar, indicando su orden de preferencia entre los mismos (de 1 a 7, siendo 1 el seminario (si sólo le interesa uno exclusivamente) hasta el total de siete (en caso de que esté dispuesto a cursar cualquiera de los seminarios ofertados, en el orden de preferencia). Los seminarios se organizarán en **grupos reducidos**, en torno a los 30 alumnos, si bien este número podría variar en función de cada seminario. **En caso de que un seminario sobrepase el límite de plazas, la asignación de alumnos se hará conforme al orden de preferencias de los seminarios**, intentando atender en la medida de lo posible a las preferencias señaladas en el formulario.

3. Una vez publicada en la página web de la Facultad la asignación provisional de los estudiantes al seminario concreto que cursarán, **para que aquellos alumnos que no estén de acuerdo con esa asignación puedan proceder, si lo desean, a cambiar de asignatura** antes de la fecha de inicio de las clases.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Las **competencias genéricas y específicas** que se pretenden potenciar con la asignatura "Seminarios de Economía y Empresa", a través de los temas concretos abordados en los seminarios, son las siguientes:

Capacidad de análisis y síntesis.

Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la lengua propia.

Conocimiento y comprensión de otras lenguas, principalmente inglés.

Habilidad para la búsqueda y análisis de fuentes de información en el ámbito de trabajo.

Capacidad crítica y autocrítica.

Contar con valores y comportamientos éticos.

Integrar los valores democráticos y de la cultura de la paz en el ámbito de trabajo.

Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo.

Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo.

Transmitir información, ideas, problemas y soluciones del ámbito de la gestión empresarial a un público tanto especializado como no especializado.

En cuanto a los **resultados del aprendizaje**, al finalizar la asignatura el estudiante deberá ser capaz de:

Comprender y valorar con espíritu crítico opiniones de expertos sobre temas diversos de Economía y Empresa.

5. Contenidos

El estudiante, una vez matriculado en la asignatura, **podrá seleccionar UNO de los siguientes seminarios:**

“Economía de la Empresa Familiar”

El seminario ECONOMÍA DE LA EMPRESA FAMILIAR se orienta a que los estudiantes conozcan de cerca la experiencia de empresas familiares y de instituciones relacionadas con las empresas familiares, que son el tipo mayoritario de empresas, no sólo entre las PYME, sino también entre las empresas de gran tamaño. Se pretende que con estos seminarios conozcan de cerca el funcionamiento, administración, dirección y gestión de las empresas familiares, completen, ejemplifiquen y analicen críticamente los conocimientos fundamentales del Grado en ADE y del Grado en Economía.

A partir de la experiencia de los empresarios, directivos y consultores vinculados a las empresas familiares y de las instituciones relacionadas con las empresas familiares, conozcan la relevancia y singularidad de las empresas familiares, su complejidad, valoren los diferentes roles de grupos de interés específicos de las empresas familiares, como la incorporación de familiares a la empresa, la profesionalización, el gobierno corporativo, la propiedad, el crecimiento y los protocolos familiares. Se pretende abordar de forma multidisciplinar aspectos económicos, jurídicos, fiscales y de gestión de la continuidad de las empresas familiares, temas que no son tratados en otras asignaturas del Grado en ADE y del Grado en Economía.

De acuerdo con este planteamiento, el conjunto de contenidos que se pretende ilustren los ponentes invitados, desarrollados en los siguientes temas:

Módulo 1: Características de la empresa familiar

1. Definición de empresa familiar. Características singulares.
2. Importancia económica y evolución de la empresa familiar.
3. Tipos de empresa familiar. Fundador, sociedad de hermanos, consorcio de primos.
4. Fortalezas y amenazas de la empresa familiar.
5. Retos de la empresa familiar.

Módulo 2: Aspectos socio-culturales de la empresa familiar

1. Creación y desarrollo de empresas familiares: ciclo de vida.
2. La capacidad emprendedora en la empresa familiar.
3. Familia y empresa: relaciones, cultura y valores de empresa familiar.
4. Continuidad y sucesión en la empresa familiar. Transmisión del Patrimonio.

5. Liderazgo y profesionalización.
6. Distribución de "roles". Comunicación en la empresa familiar.
7. Conflicto, mediación y negociación.

Módulo 3: Aspectos jurídicos de la empresa familiar

1. Aspectos mercantiles, civiles y laborales de la empresa familiar.
2. Gobierno de la empresa familiar: Consejo de Administración, Consejo de Dirección y Consejo de Familia.
3. Planificación fiscal de la empresa familiar. Holdings Familiares.
4. El Protocolo Familiar: contenido y efectos.

Módulo 4: Aspectos económicos de la empresa familiar

1. Planificación estratégica de la empresa familiar. Organización y gestión.
2. Alternativas de financiación y estructura financiera de las empresas familiares.
3. Inversión y crecimiento en la empresa familiar.
4. Internacionalización de la empresa familiar.

Examinar las empresas familiares resulta relevante para los estudiantes de los Grados en ADE y en Economía, pues es muy probable que, al trabajar en una empresa familiar, deban relacionarse con este tipo de organización, o bien funden su propia empresa, o incluso formen parte de la gerencia en funcionamiento.

“El Marketing en el Turismo: De las Ferias a la Redes Sociales”

El programa del seminario EL MARKETING EN EL TURISMO: DE LAS FERIAS A LA REDES SOCIALES se establece con un formato flexible, atendiendo al objetivo de especialización que se plantea. Además, de esta forma se facilita la participación de profesionales expertos en las últimas tecnologías, bien para pequeñas lecciones temáticas bien para debates y mesas de trabajo concretas.

Así, el seminario se estructura en cinco áreas temáticas, ordenadas por su contenido conceptual y por su progresión en el aprendizaje pretendidos del mismo.

Módulo 1: El marketing en el sector del turismo

1. El marketing de relaciones y su importancia en el turismo.
2. Los condicionantes del marketing en los servicios turísticos.

El marketing turístico se encaja dentro del marketing de servicios. En consecuencia es fundamental comenzar por comprender los nuevos modelos de negocio y el desarrollo de las relaciones, aspecto crucial para entender, posteriormente, el gran papel que juegan las NTI en el marketing turístico.

Además, es preciso estudiar las consideraciones del turismo como servicio en el que desempeña un papel fundamental el cliente o turista y su satisfacción posterior.

Módulo 2: El marketing de los destinos turísticos

1. El destino turístico para el marketing.
2. Los recursos turísticos como atributos de marketing.

El objetivo de este módulo es introducir el concepto de destino desde la perspectiva comercial de la demanda, esto es, de las experiencias que un mismo destino puede ser considerado desde distintas perspectivas simultáneas, dando lugar a un amplia cartera de posibilidades.

Los recursos turísticos son los atributos, los elementos básicos para centrar la construcción en un destino turístico, y para dar juego a una amplia oferta. La selección, gestión y coordinación de los distintos tipos de recursos turísticos desde la perspectiva comercial es absolutamente crítica para la conversión de los atractivos turísticos en recursos, y sus combinaciones para dar lugar a experiencias distintas y completas para el turista.

Módulo 3: Las especificidades en la gestión del marketing turístico

1. El problema de los precios.
2. La creación y la gestión de la marca-imagen de un destino turístico.
3. La comunicación comercial off-line en el turismo.

Las características intrínsecas del turismo como servicio, más sus propias especificidades, generan varios problemas específicos en la

El primero será el problema de los precios, tanto de su fijación en relación con los altos costes fijos, como su fácil comparación por estacionalidad que deriva en distintos precios casi hora a hora.

Dado que una característica esencial del negocio turístico es la intangibilidad, y en consecuencia la heterogeneidad de sus productos, diseño de la imagen en el marketing turístico.

Finalmente, con la comunicación de la imagen y de los precios deben desarrollarse las labores de publicidad y de promoción turística de acuerdo a la estacionalidad turística de cada negocio.

Módulo 4: El papel de la calidad en el turismo

1. La medición de la calidad en el turismo.
2. Las normas y marcas de calidad turísticas.

Una de las herramientas más relevantes para gestionar y competir en los mercados de los servicios es la calidad. El marketing turístico y normas de calidad y en su uso como señales al mercado.

En esta parte se abordarán los distintos sistemas y procedimientos desarrollados para medir y evaluar la calidad de los servicios turísticos

Asimismo se profundizará en las distintas normas y clubes de calidad turística: desde la Q de ámbito nacional, las ISO internacionales y sectoriales.

Módulo 5: Las nuevas tecnologías en el marketing turístico

1. Los sistemas automatizados de distribución turística (las CR y los CRS).
2. Los buscadores de precios en el marketing turístico.
3. Las webs y los portales turísticos.
4. Las redes sociales y los blogs en el turismo.

Las NTI han supuesto una transformación radical en el turismo. De hecho el marketing turístico es la principal vía de negocio y de actividad

Las NTI están cambiando el marketing turístico a través de dos vías: la distribución y la comunicación.

Por eso en la primera parte se estudiará el caso de los sistemas automatizados de reservas que han transformado la forma de relación con los clientes finales.

Se profundizará en el caso más conocido y popular, y que mayores efectos está teniendo en la forma de operar del sector que son los blogs

Además se estudiará el papel activo que las empresas deben tener en el uso de la comunicación online a través de la puesta en marcha de su participación en los portales, en segundo.

Finalmente, dada la relevancia de las relaciones y de las recomendaciones se estudiarán los casos de las redes sociales, tanto de los usuarios como de las empresas, también el desarrollo de los blogs que directa o indirectamente generan imagen sobre las empresas y destinos turísticos.

“Aplicaciones Informáticas para la Contabilidad y los Impuestos Empresariales”

Seguidamente se presenta el programa abreviado del seminario APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA CONTABILIDAD Y LOS IMPUESTOS EMPRESARIALES

Programa abreviado

Módulo 1: El Impuesto sobre el valor añadido.

Módulo 2: El Impuesto sobre sociedades.

Módulo 3: Otros tributos

Módulo 4: Aplicaciones informáticas para la contabilidad: Contaplus.

Módulo 5: Aplicaciones informáticas para la facturación: Facturaplus.

A continuación se recoge el programa desarrollado de la asignatura.

Programa desarrollado

Módulo 1: El Impuesto sobre el valor añadido.

1. Introducción.
2. Aspectos generales del registro contable del IVA.
3. Particularidades en la contabilización del IVA.

Módulo 2: El Impuesto sobre sociedades.

1. Introducción.
2. Síntesis de la normativa fiscal.
3. Las diferencias permanentes.
4. Las diferencias temporarias.
5. El caso particular de las empresas de reducida dimensión.

Módulo 3: Otros tributos.

1. Introducción.
2. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
3. Tributos locales.
4. Impuestos especiales.
5. Resto de impuestos.

Módulo 4: Aplicaciones informáticas para la contabilidad: Contaplus.

1. Acceso a la aplicación y alta de empresas.
2. Plan general contable.
3. Gestión de asientos contables.
4. Gestión de la información contable.
5. Cierre del ejercicio.
6. Cuentas anuales.
7. Otras opciones.

Módulo 5: Aplicaciones informáticas para la facturación: Facturaplus.

1. Acceso a la aplicación y alta de empresas.
2. Personalización.
3. Tablas generales y maestras.
4. Gestión de compras.
5. Gestión de ventas.

6. Informes.
7. Otras opciones.

“Derecho de la Seguridad Social”

El seminario DERECHO DE LA SEGURIDAD SOCIAL se orienta al conocimiento del Sistema de Seguridad Social y de las obligaciones, análisis y debate de sus últimas reformas y de los principales asuntos de actualidad en torno a los siguientes ejes temáticos o módulos:

- Módulo 1: El sistema de Seguridad Social: origen y evolución.**
- Módulo 2: Campo de aplicación y estructura de la Seguridad Social.**
- Módulo 3: Acción protectora y prestaciones de la Seguridad Social.**
- Módulo 4: Gestión de la Seguridad Social.**
- Módulo 5: Actos de encuadramiento.**
- Módulo 6: Financiación y cotización.**
- Módulo 7: Asistencia sanitaria.**
- Módulo 8: Incapacidad temporal.**
- Módulo 9: Incapacidad permanente.**
- Módulo 10: Jubilación.**
- Módulo 11: Muerte y supervivencia.**
- Módulo 12: Maternidad y protección a la familia.**
- Módulo 13: Protección por desempleo.**
- Módulo 14: Regímenes Especiales de la Seguridad Social.**

“Seminarios de Economía Aplicada”

Los SEMINARIOS DE ECONOMÍA APLICADA abordan un conjunto de temas de la actualidad económica que han sido tratados y se desarrollarán los siguientes temas o módulos:

Módulo 1: El mercado de trabajo en España para conocer sus principales características y los cambios determinados por la crisis económica y la relevancia del nivel educativo en los procesos de inserción laboral, con especial atención al nivel universitario.

Profesora: Begoña Cueto Iglesias

Módulo 2: El crecimiento económico por el lado de la demanda realizando un análisis de este fenómeno y sus interpretaciones.

Profesor: David Matesanz Gómez

Módulo 3: La economía como sistema complejo para entender y analizar las interacciones de los agentes en red.

Profesor: David Matesanz Gómez

Módulo 4: La economía espacial, urbana y regional para analizar teórica y empíricamente como el espacio, la orografía, las condiciones económicas. Se profundizará en algunos conceptos económicos, desarrollados en este campo, como las economías de aglomeración y la

Profesor: Fernando Rubiera Morollón

Módulo 5: La economía del envejecimiento tiene como objetivo presentar de forma concisa una panorámica sobre un fenómeno que la población mundial es un cambio estructural lento que está aconteciendo ya en distintas partes del mundo y que es motivo de reflexión para los estudiantes de Economía y Empresa una introducción a las consecuencias económicas y sociales del cambio en la composición de la población. El análisis de este fenómeno de análisis -macroeconómico, en el mercado laboral, en la empresa, en el gasto público y territorial-.

Profesor: Manuel Hernández Muñiz

Módulo 6: La comunicación económica en un mundo global para analizar cómo se canaliza y divulga la actualidad económica en los medios de comunicación, economistas, foros, medios y corrientes de opinión. Se trabajarán herramientas que permitan bucear entre la gran cantidad de información disponible de que los alumnos se formen una opinión técnica, informada y crítica.

Profesora: Núria Hernández Nanclares

“Seminarios de Estadística Aplicada”

El programa de los seminarios se organiza en 6 temas o módulos, agrupados en dos bloques: el primer bloque, correspondiente a los temas 1 y 2, se dedica a las herramientas básicas del análisis de datos; el segundo bloque, que abarca los módulos 3 a 6, se dedica al análisis de temas específicos como las decisiones, la auditoría contable, el impacto de las tecnologías de la información, así como un tema final dedicado a la estadística en la investigación científica.

Programa abreviado

Módulo 1: Usos y abusos de la estadística

Módulo 2: Estadística básica con hoja de cálculo. Estudio de muestras y técnicas inferenciales básicas.

Módulo 3: Técnicas estadísticas para la auditoría.

Módulo 4: Herramientas estadísticas para la toma de decisiones.

Módulo 5: Las tecnologías de la información y la comunicación.

Módulo 6: La estadística en la investigación científica.

Programa desarrollado

Módulo 1: Usos y abusos de la estadística

Contenidos:

1. La estadística en la vida cotidiana.
2. Falacias estadísticas.

Objetivos:

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

- Interpretar críticamente la información que aparece en los medios de comunicación y otros ámbitos sobre cuestiones económicas.
- Desarrollar una visión crítica y precisa sobre la información estadística y sus usos.
- Establecer conexiones entre las herramientas estadísticas y el tratamiento adecuado de la información.

Material de consulta:

Ritchey, F.J. (2011): *Estadísticas para la Ciencias Sociales*. Mc Graw Hill.

Módulo 2.: Estadística básica con hoja de cálculo. Estudio de muestras y técnicas inferenciales básicas.

Contenidos:

1. Encuestas por muestreo.
2. Muestreo aleatorio simple. Otros tipos de muestreo.
3. Técnicas inferenciales básicas.

Objetivos:

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

- Diseñar encuestas.
- Conocer los diferentes tipos de muestreo aleatorio.
- Utilizar las hojas de cálculo en la aplicación de técnicas inferenciales.

Material de consulta:

Pérez, R.; López A.J. (1997): *Análisis de datos económicos II. Métodos inferenciales*. Ed. Pirámide.

Santos, J.; otros (2003): *Diseño de encuestas para estudios de mercado. Técnicas de muestreo y análisis multivariante*. Ed. Centro de E

Módulo 3: Técnicas estadísticas para la auditoría

Contenidos:

1. Control estadístico de la calidad en auditoría.
2. El muestreo de la unidad monetaria.
3. Implementación en hoja de cálculo.

Objetivos:

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

- Aplicación de las principales técnicas estadísticas para las pruebas sustantivas y de cumplimiento.
- Utilización de la hoja de cálculo en los procesos de auditoría y del control de calidad en general.

Material de consulta:

Pérez, R.; López A.J. (1997): *Análisis de datos económicos II. Métodos inferenciales*. Ed. Pirámide.

Escuder, R.; Méndez, S. (2002): *Métodos de muestreo estadístico aplicados a la auditoría* (2ª ed.) Ed. Tirant lo Blanch.

Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (varios años): *Normas técnicas de auditoría*. En <http://www.icac.mineco.es/>.

Módulo 4: Herramientas estadísticas para la toma de decisiones

Contenidos:

1. Introducción al análisis de decisiones.
2. Decisión en ambiente de riesgo y de incertidumbre. Criterios de decisión.
3. Árboles de decisión.
4. Problemas de decisión con información. El valor de la información.
5. Determinación del tamaño óptimo de muestra.

Objetivos:

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

- Formular problemas de decisión en ambiente de incertidumbre.
- Aplicar criterios de decisión en ambiente de riesgo y de incertidumbre.
- Resolver problemas de decisiones secuenciales mediante árboles de decisión.
- Obtener una evaluación económica de los experimentos mediante el análisis pre-a posteriori.
- Determinar tamaños óptimos de muestra en los problemas de decisión caracterizados por distribuciones probabilísticas del est.

Material de consulta:

Anderson, D.R., Sweeny, D.J.; Williams, T.A. (2004): *Métodos cuantitativos para los negocios*. Ed. Thomson.

Bierman, H., Bonini, CH; Hausman, W. (1996): *Análisis cuantitativo para la toma de decisiones*. Addison-Wesley Iberoamericana.

Córdoba Bueno, M. (2004): *Metodología para la toma de decisiones*. Delta Publicaciones Universitarias.

García Aguado, J.; otros (2002): *Métodos de decisión. Ejercicios resueltos*. Ed. Prentice Hall.

Pérez, R.; López A.J. (1997): *Análisis de datos económicos II. Métodos inferenciales*. Ed. Pirámide.

Módulo 5: Las tecnologías de la información y la comunicación.

Contenidos:

1. Sociedad de la Información y Nueva Economía.
2. Métrica de la Sociedad de la Información.
3. Aplicaciones de la hoja de cálculo a la Nueva Economía.

Objetivos:

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

- Apreciar la importancia que tienen las TIC en la sociedad actual en general, y en el ámbito económico-empresarial en particular.
- Describir los conceptos básicos ligados a la Sociedad de la Información.
- Interpretar y comunicar con claridad los resultados de los análisis sobre la difusión de las TIC.

Material de consulta:

Comisión Europea (2010): Una agenda digital para Europa 2010-2020. http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/index_en.

OCDE Portal de la Banda Ancha: <http://www.oecd.org/sti/ict/broadband>

Unión Internacional de Telecomunicaciones (2010): Medición de la sociedad de la información 2010. UIT, Ginebra.

Vicente, M.R.; López, A.J. (2008): "Métricas e indicadores de la sociedad de la información: panorámica de la situación actual", Estadística

Módulo 6: La estadística en la investigación científica

Objetivos:

En este tema se presentan diversas aplicaciones de las técnicas estadísticas a problemas de actualidad.

"Herramientas de Decisión: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas"

El seminario HERRAMIENTAS DE DECISIÓN: APLICACIONES EN ECONOMÍA SOSTENIBLE Y FINANZAS está integrados por los siguientes

Módulo 1: Neurofinanzas

1. Racionalidad de los agentes económicos: limitaciones.
2. Teoría de la utilidad esperada.
3. Limitaciones a los supuestos de la teoría de la utilidad esperada: paradoja de Allais, paradoja de Ellsberg.
4. Teoría de las perspectivas.
5. El cerebro: bases biológicas de la cognición.
6. Influencia del marco de referencia en la toma de decisiones: evidencias.
7. La campana de Gauss. El cisne negro.
8. La teoría de los mercados eficientes y la racionalidad de los inversores.
9. Sesgos cognitivos en el ámbito de las finanzas:
 - Sesgo de aversión a las pérdidas.
 - Sesgo de percepción selectiva.
 - Sesgo de exceso de confianza.
 - Sesgo de comportamiento gregario.
 - Sesgo de infra-reacción o conservadurismo.
 - Sesgo de aversión a la ambigüedad.
 - Sesgo de anclaje.
 - Sesgo del último evento.

Módulo 2: Herramientas de decisión multicriterio: aplicaciones en economía sostenible y finanzas

1. Fundamentos matemáticos de la teoría de decisión multicriterio.
2. Métodos multicriterio continuos. Aplicaciones en finanzas
 - Programación compromiso
 - Programación por metas
 - Construcción de carteras satisficentes
3. Métodos multicriterio discretos. Aplicaciones en economía sostenible.
 - Método ELECTRE
 - Método AHP y de Arrow-Raynaud
 - Aplicaciones en elección social de infraestructuras

Módulo 3: Economía de la población y demografía

1. El estudio de la población. Pautas de elaboración y contenido.

2. Fuentes de información demográfica. Acceso on-line.
3. Herramientas básicas en demografía
4. Comportamiento demográfico.

- Estructura de la población. Análisis de la composición por edad y sexo.
- Análisis individualizado de los fenómenos demográficos.

5. Técnicas de proyección.

6. Elaboración de un marco demográfico.

7. Análisis económico y población.

6. Metodología y plan de trabajo

La metodología docente general que se seguirá en la asignatura “Seminarios de Economía y Empresa” combinará actividades de carácter

1. **Actividades presenciales.** La presencialidad de cada uno de los siete seminarios está fijada en 56 horas (48 horas presenciales asistencia a los seminarios y la participación en los debates que se desarrollen en los mismos).

2. **Actividades no presenciales.** Implican 94 horas de trabajo autónomo del estudiante consistente en la preparación previa de los resúmenes y valoraciones críticas.

De forma específica, y siempre atendiendo a estos criterios generales, a continuación se detalla la metodología específica de cada uno

“Economía de la Empresa Familiar”

En el Seminario ECONOMÍA DE LA EMPRESA FAMILIAR, teniendo en cuenta la participación en el mismo de múltiples empresarios previsto realizar visita a empresa:

- Se oferta un único grupo.
- El mínimo para poner en marcha la asignatura, dado el número de ponentes externos a invitar, se fija en 15 estudiantes.
- Se limita a 45 los estudiantes que se podrán matricular en este seminario, de acuerdo con las características de grupo reducidos de la Universidad de Oviedo (23 octubre 2008).

El objetivo de los seminarios sobre “Economía de la Empresa Familiar” es combinar las presentaciones interactivas de las experiencias de trabajo guiadas por los profesores de esta asignatura, a fin de establecer las bases en las que centrar las aportaciones de los ponentes contenidos y experiencias expuestas. En dichas sesiones también se trabajará casos prácticos de empresas, partiendo de la activa participación de empresarios, consultores, que explicarán su experiencia práctica respecto al tema a tratar, permitirá conocer e interactuar con casos empresariales. Además, se tratará de realizar en uno de los seminarios una visita a una empresa, como por ejemplo Valle, Ballina y en el mismo, se guiarán trabajos en grupos sobre temas clave y casos de empresas familiares.

El plan de trabajo de las actividades presenciales incluye:

- **Sesiones de trabajo guiadas por los profesores:** se plantearán los fundamentos del estudio de las empresas familiares, se dará lugar a la reflexión de reflexionar sobre la importancia, la singularidad, los retos de las empresas familiares y las estrategias y organización a implementar.
- **Presentaciones de experiencias empresariales:** esta actividad formativa será impartida por empresarios y consultores, de empresas familiares que dirigen o a las que asesoran, a fin de ilustrar de forma práctica los contenidos del seminario.
- **Trabajos en grupo:** sobre temas o materias relacionadas con los contenidos de la asignatura. Esta actividad permitirá desarrollar habilidades relacionadas con el trabajo en equipo, la búsqueda de información, el análisis y síntesis de contenidos, la argumentación y la comunicación.
- **Visita a empresa familiar**

A continuación se presenta un listado orientativo de los ponentes y de los temas de los seminarios a desarrollar en las actividades presenciales

Ponente	Institución	Tema
Susana Menéndez	Universidad Oviedo	Singularidad de la EF
Luis Glez. Revert	Vicpte. Grupo Temper	Emprender
Juan Corona	Instituto EF	Retos de la EF
Javier Llanos	Consultor EF	Tipos y ejemplos de EF
Rubén Arrondo	Universidad Oviedo	Espíritu emprendedor
Javier Llanos	Consultor EF	Desarrollo de la EF
Luis C. Sánchez	Asturgar	Financiación de la EF
Inaciu Iglesias	Gerente Cartonajes Vir	Sucesión en la EF
Susana Menéndez	Universidad Oviedo	Protocolos Familiares
Carlos Rodríguez	Presidente de Cafento	Aplicación Protocolo EF
Jesús Quijano	Universidad Valladolid	Aspectos Mercantiles EF
Julia López	Directora AEFAS	Instituciones en torno a la EF
Rubén Arrondo	Universidad Oviedo	Gobierno Corporativo de la EF
Rafael Prieto	Presidente Eolo	Internacionalización EF
Alma Menéndez	Socia de Garrigues Abogados	Fiscalidad de la EF
Santiago Martínez	Director de Elgare	Continuidad EF
Pedro Ortea	Director Financiero de Tresa	Profesionalización de la EF
Rubén Arrondo	Universidad Oviedo	Estrategia de la EF

EF = Empresa Familiar

“El Marketing en el Turismo: De las Ferias a la Redes Sociales”

Los sistemas docentes que se utilizarán en el seminario se irán adaptando, de una forma progresiva, a cada uno de las partes del mismo, desde las más conceptuales en tanto que, a medida que progresa el seminario, se contemplan métodos más prácticos y aplicados.

Las clases expositivas incorporarán, por su parte, dos tipos de metodologías docentes, por una parte las denominadas clases magistrales con profesores correspondientes, y las presentaciones de casos, en cuanto a situaciones estructuradas pero reales relacionadas con el contenido.

En las clases prácticas se trabajará, también, con una triple metodología: la resolución individualizada de ejercicios prácticos con posterior discusión en grupos de mini-casos y situaciones reales, trabajados previamente por los alumnos, en segundo lugar, y las visitas de campo sobre temáticas concretas incluidas en el seminario, destacando, a priori, al menos las siguientes:

1. La Comarca de la Sidra como caso de desarrollo de recursos turístico.
2. Asturias Paraíso Natural como ejemplo de gestión de imagen corporativa.
3. La Q de Calidad Turística como marca nacional.
4. El Club de Casonas Asturianas como marca regional.
5. FITUR como principal feria turística de España
6. Las centrales de reservas hoteleras.
7. Las webs de destinos turísticos.
8. El papel del *community manager* en el marketing turístico.

Se dedicarán algunas clases prácticas a guiar y colaborar con los alumnos en la realización de un trabajo final sobre algunas de las temáticas de los grupos de trabajo (mínimo 3 y máximo 5) y habrán de presentar públicamente en las sesiones de evaluación finales.

		TRABAJO PRESENCIAL								
Temas	Horas totales	Clase Expositiva	Prácticas de aula /Seminarios/ Talleres	Prácticas de laboratorio /campo /aula de informática/ aula de idiomas	Prácticas clínicas hospitalarias	Tutorías grupales	Prácticas Externas	Sesiones de Evaluación	T	
Parte 1: El Marketing en el...	14	4	2	X	X	X	X	X	6	
Parte 2: El Marketing de los	24	4	4	X	X	X	X	X	8	
Parte 3: Las Especificidades	34	8	4	X	X	X	X	X	12	
Parte 4: El Papel de la Cal.	28	4	4	X	X	X	X	X	8	
Parte 5: Las Nuevas Tecno.	50	8	6	X	X	X	X	8	22	
Total	150	28	20	X	X	X	X	8	56	

MODALIDADES		Horas	%	Total
Presencial	Clases Expositivas	28	19	56
	Práctica de aula / Seminarios / Talleres	20	13	
	Prácticas de laboratorio / campo / aula de informática / aula de idiomas			
	Prácticas clínicas hospitalarias			
	Tutorías grupales			
	Prácticas Externas			
	Sesiones de evaluación	8	5	
No presencial	Trabajo en Grupo	46	31	94
	Trabajo Individual	48	32	

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

Se incluye un cronograma posible de la asignatura programado sobre la base de un calendario de 26 semanas, a razón de una sesión los viernes del 14 de febrero al 21 de marzo, ambos incluidos.

Semana		Clases presenciales	Trabajo del al
1	25 sep.	Presentación del Seminario Módulo 1: El marketing en el sector turístico El marketing de relaciones en el turismo	Lectura de un
2	2 oct.	Módulo 1: El marketing en el sector turístico El turismo como servicio	Estudio Ap. 1. Realización de
3	9 oct.	Módulo 1: El marketing en el sector turístico Condicionantes del marketing en el turismo	Estudio Ap. 1. Lectura de un
4	16 oct.	Módulo 2: El marketing de los destinos turísticos El destino turístico para el marketing	Estudio Ap. 1. Realización de
5	23 oct.	Módulo 2: El marketing de los destinos turísticos Los recursos turísticos para el marketing	Estudio Ap. 2. Realización de
6	30 oct.	Módulo 2: El marketing de los destinos turísticos Visita profesional: La Comarca de la Sidra	Estudio Ap. 2. Preparación In
7	6 nov.	Módulo 3: Las especificidades en la gestión El problema de los precios en el turismo	Estudio Ap. 2. Realización de
8	13 nov.	Módulo 3: Las especificidades en la gestión Creación y gestión de la Imagen	Estudio Ap. 3. Lectura de un
9	20 nov.	Módulo 3: Las especificidades en la gestión Visita profesional: Asturias Paraíso Natural	Estudio Ap. 3. Preparación In
10	4 dic.	Módulo 3: Las especificidades en la gestión Publicidad y promoción en el turismo	Estudio Ap. 3. Realización de
11	11 dic.	Módulo 3: Las especificidades en la gestión Visita profesional: FITUR	Estudio Ap. 3. Preparación In

12	29 en.	Módulo 4: El papel de la calidad en el turismo La Calidad como señal al mercado	Estudio Ap. 3. Lectura de un
13	5 feb.	Módulo 4: El papel de la calidad en el turismo La medición de la calidad	Estudio Ap. 3. Lectura de un
14	12 y 14 feb.	Módulo 4: El papel de la calidad en el turismo Las normas y marcas de calidad Visita profesional: La Q de Calidad	Estudio Ap. 4. Realización de Preparación In
15	19 y 21 feb.	Módulo 4: El papel de la calidad en el turismo Las normas y marcas de calidad Visita profesional: Casonas Asturianas	Estudio Ap. 4. Lectura de un Preparación In
16	26 y 28 feb.	Módulo 5: Las nuevas tecnologías en el turismo Los sistemas de distribución automatizados Visita profesional: Central de reserva hoteleras	Estudio Ap. 4. Realización de Preparación In
17	5 y 7 marz.	Módulo 5: Las nuevas tecnologías en el turismo Los buscadores de precios Las webs y los portales turísticos	Estudio Ap. 5. Realización de
18	12 y 14 marz.	Módulo 5: Las nuevas tecnologías en el turismo Visita profesional: Webs de destinos turísticos Las redes sociales en el turismo	Estudio Ap. 5. Preparación In Realización de
19	19 y 21 marz.	Módulo 5: Las nuevas tecnologías en el turismo Los blogs en el turismo Otras tecnologías del smartphone para el turismo	Estudio Ap. 5. Realización de Lectura de un
20	26 marz.	Módulo 5: Las Nuevas Tecnologías en el Turismo Visita profesional: Community Manager en turismo	Estudio Ap. 5. Preparación In
Semana		Clases presenciales	Trabajo del al
21	2 ab.	Exposición de trabajos finales	Presentación y Preparación In
22	9 ab.	Exposición de trabajos finales	Presentación y Preparación In

23	16 ab.	Exposición de trabajos finales	Presentación y Preparación In
24	23 ab.	Exposición de trabajos finales	Presentación y Preparación In
25	30 ab.	Exposición de trabajos finales	Presentación y Preparación In
26	7 may.	Mesa redonda de profesionales El futuro del marketing turístico	Preparación In

“Aplicaciones Informáticas para la Contabilidad y los Impuestos Empresariales”

La metodología docente aplicada que se utiliza en el seminario APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA CONTABILIDAD Y LOS IMPUESTOS EMPRESARIALES incluye tanto actividades presenciales y no presenciales. A continuación se detallan las diferentes actividades programadas:

- **Actividades presenciales: 56 horas.**
 - Clases expositivas. En las clases expositivas se expondrán y desarrollarán los conocimientos básicos de la asignatura.
 - Prácticas de aula y de informática. Los estudiantes aplicarán los conocimientos teóricos adquiridos en la resolución de casos prácticos.
- **Actividades no presenciales: 94 horas.**
 - Trabajo autónomo del estudiante. Los alumnos deberán asimilar los conocimientos teóricos y prácticos de la asignatura a través de las tareas que se soliciten en cada momento.

Seguidamente se resumen las horas dedicadas a cada tipo de actividad:

Aplic. Inform. para la Cont. y los Imp. Empres.	Tipo de actividad	Horas	Horas (%)
Actividades presenciales	Clases expositivas	28	56
	Prácticas de aula y de informática	28	(37%)
Actividades no presenciales	Trabajo autónomo	94	94 (63%)
TOTAL		150	150 (100%)

“Derecho de la Seguridad Social”

El seminario se estructura en sesiones explicativas de los contenidos de la asignatura que se impartirán por los profesores encargados. El objetivo es que el alumno se familiarice con los conocimientos jurídicos básicos y la terminología utilizados en el Sistema de Seguridad Social Español. Se complementará con actividades prácticas, a cuyo efecto se pretende incorporar a profesionales y expertos en la materia, entre otros miembros de los Servicios Comunes de la Seguridad Social, miembros de la carrera judicial y profesionales de despachos o gabinetes jurídicos e independientes. Como resultado de las explicaciones indique por el profesorado, los alumnos deberán elaborar un resumen o síntesis de las explicaciones.

Con el propósito de comprobar la capacidad de comprensión y análisis de la materia, los alumnos, individualmente o en grupo, con el fin de

presentar y en su caso defender, un trabajo sobre alguno de los temas relacionados con el programa.

“Seminarios de Economía Aplicada”

La metodología a seguir en estas sesiones es la típica de un seminario con participación activa de los estudiantes. Así, las discusiones y debates desarrollados constituyen el eje central de las actividades presenciales.

Se espera de los estudiantes una preparación previa de los materiales y recursos necesarios para participar en el seminario así como de los trabajos. Las actividades a realizar serán básicamente la lectura de artículos académicos y divulgativos, el análisis y comentario escrito u oral de los mismos y la presentación de argumentos.

“Seminarios de Estadística Aplicada”

El programa de los seminarios se organiza en 6 temas o módulos. La docencia presencial se llevará a cabo íntegramente en el aula. El trabajo habitual será el siguiente: cada clase comenzará con una exposición breve de la materia, en la que se planteará la motivación general del ámbito económico/empresarial. Seguidamente se pasará a la parte aplicada, en la que se comenzará por presentar las herramientas y el tratamiento del problema específico que sea el objeto de la clase. A continuación se resolverán cuestiones prácticas con apoyo de los datos de la clase.

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

- Como espacio de consulta y descarga de materiales didácticos, puesto que los estudiantes dispondrán con antelación de todo el material de seguimiento de la asignatura: presentaciones para las clases, enunciados y bases de datos para las prácticas.
- Como espacio de participación activa del estudiante en el proceso de aprendizaje.

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

“Herramientas de Decisión: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas”

La asignatura se impartirá mediante sesiones expositivas en las cuales el profesor/ponente presenta el tema de estudio a desarrollar y en una participación activa del alumnado en la dinámica de las mismas. El desarrollo de las sesiones se apoya principalmente en la disposición de los estudiantes en la web de la asignatura en el Campus Virtual, y en referencias bibliográficas aportadas por el profesor. Concreta a desarrollar se utilizarán el estudio de casos, el aprendizaje basado en problemas y los proyectos de grupo. Asimismo se realicen actividades en las que los estudiantes podrán adquirir las habilidades en el uso de los programas informáticos necesarios para la resolución de los problemas presentados.

Los proyectos de grupo se realizarán en grupos reducidos y programados por el profesor, que pueden orientarse a diversos objetivos como el seguimiento de trabajos, análisis y discusión de artículos, textos y documentos.

Cronograma

Semana	Actividades presenciales	Actividades no presenciales
1 (25/09/2013)	Racionalidad de los agentes económicos: limitaciones.	Búsqueda posterior por parte del alumno de evidencias empíricas adicionales que puedan apoyar o cuestionar la citada racionalidad de los agentes económicos.
2 (02/10/2013)	Teoría de la utilidad esperada. Limitaciones a los supuestos de la teoría de la utilidad esperada: paradoja de Allais, paradoja	Lectura previa por parte del alumno de los artículos propuestos que permitan al alumno situar el tema a desarrollar.

	de Ellsberg. Teoría de las perspectivas.	
3 (09/10/2013)	El cerebro: bases biológicas de la cognición.	Lectura posterior por parte del alumno de los artículos propuestos como complemento a los contenidos desarrollados en la sesión.
4 (16/10/2013)	Influencia del marco de referencia en la toma de decisiones: evidencias.	Lectura previa de artículos y búsqueda posterior por parte del alumno de evidencias empíricas que evidencien la influencia del marco de referencia en la toma de decisiones.
5 (23/10/2013)	La campana de Gauss. El cisne negro.	Al alumno previamente se le propondrán algunas lecturas y libros relativos a la medición y valoración del impacto de los eventos altamente improbables y sus consecuencias.
6 (30/10/2013)	La teoría de los mercados eficientes y la racionalidad de los inversores.	Lectura previa de artículos y búsqueda posterior por parte del alumno de evidencias empíricas en el ámbito de los mercados financieros que puedan cuestionar dicha eficiencia.
7 (06/11/2013)	Sesgos cognitivos en el ámbito de las finanzas.	Se le propondrá al alumno que posteriormente trate de identificar dichos sesgos cognitivos expuestos en la sesión de clase, al ámbito de la operativa de compra-venta de valores y otros instrumentos financieros.
8 (13/11/2013)	Revisión del tema y conclusiones	El alumno deberá realizar un trabajo a determinar sobre el tema desarrollado en el seminario.
9 (20/11/2013)	Fundamentos matemáticos de la Teoría de Decisión Multicriterio.	Búsqueda bibliográfica y lecturas recomendados. Primer contacto con el trabajo final a desarrollar.
10 (27/11/2013)	Programación Compromiso.	Búsqueda bibliográfica y lecturas recomendados. Resolución de casos y/o ejecución de trabajos asignados.
11 (04/12/2013)	Programación Compromiso.	Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados. Trabajo en grupo
12 (11/12/2013)	Programación por Metas.	Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados.
13 (29/01/2014)	Programación por Metas.	Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados. Trabajo en grupo.
14 (05/02/2014)	Construcción de carteras satisfactorias.	Ejecución de trabajos asignados.
15 (12/02/2014)	Construcción de carteras satisfactorias.	Ejecución de trabajos asignados. Resumen y valoración comparativa de las metodologías multiobjetivo presentadas.

15 (14/02/2014)	Introducción a los métodos discretos: Planteamiento de caso a resolver. Método ELECTRE.	Búsqueda bibliográfica y lecturas recomendados.
16 (19/02/2014)	Método ELECTRE. Aplicaciones	Resolución de casos y/o ejecución de trabajos asignados.
16 (21/02/2014)	Método AHP. Aplicaciones en sistemas de gestión de recursos hidráulicos.	Búsqueda bibliográfica y lecturas recomendados. Preparación del trabajo
17 (26/02/2014)	Método AHP. Aplicaciones en infraestructuras. Elección social.	Resolución de casos y/o ejecución de trabajos asignados. Preparación del trabajo
17 (28/02/2014)	Elección social: Método de Arrow-Raynaud. Aplicaciones. Exposiciones de los trabajos.	Lecturas recomendadas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados. Preparación del trabajo.
18 (05/03/2014)	El estudio de la población. Pautas de elaboración y contenido.	Asimilación de conceptos. Lectura de bibliografía recomendada.
18 (07/03/2014)	Fuentes de información demográfica.	Asimilación de conceptos. Bibliografía recomendada.
19 (12/03/2014)	Información estadística. Acceso on-line.	Asimilación de conceptos. Bibliografía recomendada. Resolución o ejecución de tareas propuestas.
19 (14/03/2014)	Conceptos básicos de análisis demográfico.	Asimilación de conceptos. Bibliografía recomendada.
20 (19/03/2014)	Análisis de la composición poblacional por edad y sexo.	Ejecución de trabajo asignado.
20 (21/03/2014)	Comportamiento demográfico. Fenómeno demográfico (I).	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados
21 (26/03/2014)	Comportamiento demográfico. Fenómeno demográfico (II).	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados
22 (02/04/2014)	Comportamiento demográfico. Fenómeno demográfico (III).	Asimilación de conceptos. Lecturas y resolución de problemas y/o ejecución de trabajos asignados
23 (09/04/2014)	Técnicas de proyección.	Asimilación de conceptos. Bibliografía recomendada.
24 (23/04/2014)	Elaboración de un marco demográfico.	Ejecución de trabajo asignado.

25 (30/04/2014)	Análisis económico y población. El mercado de trabajo.	Ejecución de trabajo asignado.
26 (07/05/2014)	Análisis económico y población.	Ejecución de trabajo asignado.

7. Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

Con carácter general, y de acuerdo con las respectivas Memorias de Verificación de los Grados en Administración y Dirección de Empresas, la evaluación de esta asignatura "Seminarios de Economía y Empresa" se basará en dos criterios:

- Participación en los debates y coloquios.
- Memoria resumen y valoración crítica de al menos el 20% de los seminarios.

En esta asignatura no cabe aplicar el modelo de evaluación diferenciada, dadas las características especiales de su metodología de evaluación continua.

Partiendo de estos criterios generales, el sistema de evaluación para cada uno de los siete seminarios alternativos es el siguiente:

"Economía de la Empresa Familiar"

La evaluación de los conocimientos y capacidades adquiridas por el estudiante se realizará mediante un procedimiento de evaluación continua de las siguientes actividades:

- Participación en las sesiones, trabajo individual de los casos y trabajos propuestos: 40%
- Presentación de trabajos en grupo por parte del alumno: 20%
- Pruebas intermedias de control y asimilación de conocimientos básicos del temario desarrollado: 40%

Si el alumno no supera la asignatura en la convocatoria ordinaria, en las convocatorias extraordinarias se realizará un examen que mantendrá el restante 40% la nota obtenida en la evaluación continua del mismo curso académico.

"El Marketing en el Turismo: De las Ferias a la Redes Sociales"

La evaluación del seminario será toda ella de tipo práctico, mediante un sistema múltiple:

- La realización de mini-casos para su presentación y debates presenciales en clase, con un valor del 20% del total.
- La participación en los debates con los visitantes profesionales, con un valor del 10% del total.
- La elaboración de informes/resúmenes de las presentaciones de los visitantes profesionales, con un valor del 10% del total.
- La realización de un trabajo final, sobre una de las temáticas del seminario, con presentación escrita y defensa oral en el aula, con un valor del 60% de la calificación total.

El trabajo final está orientado a fomentar la colaboración y el trabajo en equipo, así como a la especialización temática de los alumnos. Formarán equipos de 4 ó 5 personas (no se aceptan, bajo ningún concepto, los trabajos individuales). Para estos trabajos se tendrán en cuenta y presentarán los respectivos informes que deberán entregar los equipos:

- **Aspectos formales:**

1. Se entregarán en papel y en fichero pdf.
2. Escritos: la estética de la presentación de los trabajos, la claridad en la redacción y la ortografía.

- **Aspectos de contenido:** la estructura y organización de los contenidos, la profundidad con la que se traten los distintos apartados, la calidad de las referencias bibliográficas (libros, revistas, sitios web, informes, estadísticas y demás fuentes de información), informes-resumen y cuadros-resumen.

- **Aspectos orales:**

1. Se realizará en Power Point, con envío previo del fichero al coordinador.
2. Claridad de la exposición, soltura, dominio de los contenidos y ajuste al tiempo establecido (que será de 15 minutos de exposición).

En las convocatorias extraordinarias la evaluación se realizará mediante el trabajo final, en este caso sí cabe su realización y presentación de la calificación, pudiendo sumar en su caso, la evaluación continua obtenida por el alumno, siempre que se corresponda al mismo curso académico.

Pruebas de evaluación	Peso en el curso (% ó puntos)
Evaluación continua <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 1: Realización/presentación de mini-casos individuales (2 puntos) • Actividad 2: Participación en debates de profesionales (1 punto). • Actividad 3: Elaboración de Informes/resúmenes profesionales (1 punto). 	40% (4 puntos)
Evaluación por Trabajo Final Elaboración y Presentación de Trabajo Final realizado en grupo (6 puntos).	60 % (6 puntos)

“Aplicaciones Informáticas para la Contabilidad y los Impuestos Empresariales”

Para valorar los resultados del proceso de aprendizaje se utilizará **un sistema de evaluación continua** que tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

- La asistencia, la participación activa del estudiante y la resolución de diversas actividades en las sesiones presenciales. La calificación máxima que se puede obtener es de 4 puntos.
- La elaboración correcta y entrega de una memoria resumen o trabajo. La calificación máxima que se puede obtener es de 6 puntos.

La calificación total de la evaluación continua se desglosa en la Tabla resumen 1.

Tabla resumen 1

Convocatorias	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinaria y Extraordinarias	Evaluación continua (100%)	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia, participación del estudiante y resolución presenciales: 40%
		<ul style="list-style-type: none"> Memoria resumen o trabajo: 60%

Las pruebas de evaluación continua vinculadas a la asistencia, participación del estudiante y resolución de diversas actividades en las convocatorias extraordinarias, pero su calificación se conservará en estas convocatorias.

La asignatura se considera aprobada cuando la calificación final obtenida sea igual o superior a cinco puntos sobre diez.

“Derecho de la Seguridad Social”

La evaluación seguirá la modalidad de evaluación continua en un 100%. En la convocatoria ordinaria, se valorará el 50% por la asistencia y el 50% por trabajos individuales o de grupo, exigiéndose un mínimo del 35% de cada parte superado.

La convocatoria extraordinaria consistirá en un examen que se evaluará con una calificación máxima del 60%, manteniéndose la nota del curso, con peso del 40% en la calificación.

“Seminarios de Economía Aplicada”

La evaluación será realizada a lo largo del seminario y se utilizará **un sistema de evaluación continua** que tendrá en cuenta el seguimiento activo del seminario:

- La asistencia regular a las sesiones con un mínimo del 80% de cada uno de los módulos
- Participación activa en los debates y discusiones de cada uno de los módulos
- Realización de las actividades asignadas en cada uno de los módulos
- Presentación y defensa de una carpeta final con el resultado de las dos tareas que el alumno considere las mejores de todas las

Convocatorias	Sistema de evaluación	Peso en la calificación final (%)
Ordinaria	Evaluación continua (100%)	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia, participación del estudiante y resolución presenciales: 80% (El alumno deberá obtener al menos un 80% en los módulos)
		<ul style="list-style-type: none"> Carpeta final: 20%

Si el alumno no supera la asignatura en la convocatoria ordinaria podrá realizar, en la fecha asignada para las convocatorias extraordinarias, la calificación total, manteniéndose el restante 40% la nota obtenida en la evaluación continua del mismo curso académico. Esa nota se valorará en función de las herramientas trabajadas en los seminarios así como en la realización de una valoración crítica de algunos de los materiales discutidos en el seminario.

“Seminarios de Estadística Aplicada”

La evaluación de la asignatura se basará en la **evaluación continua**. Se valorará, por una parte, la participación activa del alumno en los seminarios, que representará el 80% en la nota final. El 20% restante se obtendrá mediante la realización de una serie de actividades que evaluarán la capacidad del alumno de aplicar lo que se vayan estudiando.

Los alumnos que acudan a las convocatorias extraordinarias deberán presentar el día del examen un trabajo, cuyo peso en la nota final será el 40% de la evaluación continua obtenida a lo largo del curso, con peso del 40% en la calificación.

“Herramientas de Decisión: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas”

La evaluación se realizará del siguiente modo:

Convocatoria ordinaria: evaluación continua (100% de la nota final):

- Participación en los debates y coloquios (20%).
- Resolución de supuestos prácticos, realización de trabajos individuales o en grupo (20%).
- Memoria resumen y valoración crítica de un seminario correspondiente a cada bloque mediante la exposición y defensa de un trabajo (40%).
- Participación en actividades no presenciales propuestas en el Campus Virtual (15%).

Si el alumno no supera la asignatura en la convocatoria ordinaria, en las **convocatorias extraordinarias** se realizará un examen que valorará el 60% de la calificación, manteniéndose el restante 40% la nota obtenida en la evaluación continua del mismo curso académico.

8. Recursos, bibliografía y documentación complementaria

“Economía de la Empresa Familiar”

Los alumnos podrán acceder a los materiales docentes precisos para el desarrollo de estas actividades a través del Campus Virtual de la asignatura. En su disposición notas de clase, lecturas recomendadas, problemas, cuestiones prácticas y otros materiales relacionados con el seminario.

Bibliografía básica:

Corona, J. (2011): *Empresa familiar: aspectos jurídicos y económicos*. Barcelona. Deusto.

Amat, J. (2004): *La sucesión en la empresa familiar*. Barcelona. Deusto.

Casillas, J.C.; Díaz, C.; Vázquez, A. (2005): *La gestión de la empresa familiar*. Madrid. Thomson.

Páginas web de consulta básica:

www.laempresafamiliar.com

www.iefamiliar.com

www.aefas.com

www.ffi.org

www.fbn-i.org

“El Marketing en el Turismo: De las Ferias a la Redes Sociales”

Además de la preparación de documentación para los estudiantes, sea de exposiciones conceptuales, mini-casos y prácticas, bibliografía, en este seminario la presencia continua, en sesiones cortas y especializadas de distintos profesionales del sector, a priori: del Instituto de la Sociedad Regional de Turismo, de la Mesa de Turismo de Fade y de alguna empresa tecnológica en marketing por redes sociales (B...

El programa y las exposiciones a lo largo del seminario estarán disponibles en el Campus Virtual, al menos, la semana anterior a su inicio. Los mini-casos y demás ejercicios prácticos que se planteen.

Las transparencias de cada temática pretenden facilitar el seguimiento de la explicación del profesor, en este sentido son orientadas y no exhaustivo el contenido del seminario.

En el caso de las exposiciones de los visitantes profesionales, el coordinador informará y guiará a los alumnos en la búsqueda de documentación.

Bibliografía Básica:

Acerenza, M.A. (2006): *Marketing de destinos turísticos*. Ed. ESIC, Madrid.

Bigné, E.; Font, X.; Andreu, L. (2000): *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. Esic editorial. Pozuelo de Alarcón.

Bibliografía Complementaria:

Alcázar, B. del (2002): *Los canales de distribución en el sector turístico*. Esic. Madrid.

Avila, R.; Barrado, D. (2005): *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación*, pp. 27-44.

Bigné, E. (2004): “Nuevas orientaciones del marketing turístico. De la imagen de destinos a la fidelización de los turistas”, *Papeles de Economía*.

Ejarque, J. (2005): *Destinos turísticos de éxito: Diseño, creación, gestión y marketing*. Ed. Pirámide.

Macia F.; Gosende J. (2011): *Marketing con redes sociales*. Ed. Anaya.

Martinez A.: (2011): *Turismo 2.0*. Ed Septem Ediciones. Oviedo.

Navarro Garcia, F. (2001): *Estrategias de marketing ferial*. Esic. Madrid.

Rodríguez del Bosque I.; San Martín, H. (2008): “Tourist satisfaction. A cognitive-affective model”, *Annals of Tourism Research*, 35 (2), p...

Rodríguez del Bosque; Héctor San Martín (2008): "Exploring the cognitive-affective nature of destination image and the role of psychology", *Journal of Business Management*, 29, pp. 263-277.

Rodríguez del Bosque, I.; García de los Salmones, M.; Singh J. (2008): "Understanding corporate social responsibility and product evaluation: a cognitive-affective approach", *Journal of Business Ethics*, 80, pp. 597-611.

Triviño, Y. (2001): *Gestión de eventos feriales, diseño y organización*. Ed. Síntesis, Madrid.

Vázquez Casielles, R. (2000): "Estrategia de marketing de relaciones para el desarrollo de la oferta y distribución de productos turísticos", *Revista de Marketing*, Valencia, 2000. pp.19-65.

Wright J. (2007): *Blog Marketing*. Mc Graw Hill. Mejjico.

"Aplicaciones Informáticas para la Contabilidad y los Impuestos Empresariales"

Bibliografía Básica:

Martínez Arias, A.; Fernández Rodríguez, E. (2011): *Contabilidad de los impuestos empresariales*. Consejo General de Colegios de Economistas Asesores Fiscales. Madrid.

Formación SAGE (2013): *ContaPlus 2013. Manual Oficial*. RA-MA Editorial, Madrid.

Formación SAGE (2013): *FacturaPlus 2013. Manual Oficial*. RA-MA Editorial, Madrid.

Bibliografía Complementaria:

Álvarez Melcón, S.; García-Olmedo-Domínguez, R. (2009): *Contabilidad y Fiscalidad: Impuesto sobre Sociedades e IVA*. Centro de Estudios de Economía Aplicada, Madrid.

Fernández Rodríguez, E.; Martínez Arias, A. (2003): "El acercamiento entre Contabilidad y Fiscalidad en el IS: Evaluación práctica", *Técnicas de Contabilidad*, n.º 10, pp. 10-15.

Fernández Rodríguez, E.; Martínez Arias, A. (2007): "Contabilización del Impuesto sobre Beneficios", *Revista del Registro de Economistas Asesores Fiscales*, n.º 10, diciembre, pp. 175-205.

Fernández Rodríguez, E.; Martínez Arias, A. (2009): "La Contabilización del Impuesto sobre Beneficios en el primer ejercicio de aplicación", *Revista de Economistas Asesores Fiscales (REAF)*, n.º 3.208, febrero, pp. 203-259.

García-Olmedo Domínguez, R.; Corona Romero, E. (2007): "La contabilización del Impuesto sobre Sociedades según el Borrador del 702 y n.º 703", *Revista de Contabilidad y Tributación*, n.º 702 y 703, noviembre y diciembre, pp. 24-37 y 44-49.

Gutiérrez Viguera, M. (2003a): "¿Cómo contabilizar? Contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido, Impuesto General Indirecto", *Revista de Contabilidad y Tributación*, n.º 651, marzo, pp. 42-54.

Gutiérrez Viguera, M. (2003b): "¿Cómo contabilizar? Contabilización del Impuesto sobre el Valor Añadido, Impuesto General Indirecto", *Revista de Contabilidad y Tributación*, n.º 652, abril, pp. 53-66.

Martínez Arias, A.; García Álvarez, E. (2002): "Contabilidad y Fiscalidad desde una perspectiva creativa", *Revista de Contabilidad y Tributación*, n.º 648, octubre, pp. 10-15.

Martínez Vargas, J.; Labatut Serer, G. (2011): *Contabilización del efecto impositivo del impuesto sobre sociedades*. Centro de Estudios de Economía Aplicada, Madrid.

Varios Autores (2013): *Memento Práctico Fiscal 2013*. Francis Lefebvre, Madrid.

Legislación:

Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, (BOE 29 de diciembre).

Ley 16/2007, de 4 de julio, de reforma y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para su armonización interna Europea (BOE de 5 de julio).

Real Decreto 1624/1992, de 29 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido (BOE 31 de diciembre).

Real Decreto 1777/2004, de 30 de julio, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades (BOE de 6 de agosto).

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

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

Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley reguladora de las Haciendas Locales.

Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades.

Resolución de 20 de enero de 1997, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se desarrolla el reflejo contable del Impuesto sobre el Valor Añadido y el Impuesto General Indirecto Canario (BOE de 3 de marzo, corrección de errores BOE 22 de marzo).

Resolución de 9 de octubre de 1997, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, sobre algunos aspectos de la norma de Contabilidad (BOE de 6 de noviembre).

Resolución de 15 de marzo de 2002, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se modifica parcialmente algunos aspectos de la norma de valoración decimosexta del Plan General de Contabilidad (BOE de 20 de marzo).

Resolución de 20 de marzo de 2002, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, que refunde en un único texto las Resoluciones de 15 de marzo de 2002 (Página web del ICAC).

Los estudiantes dispondrán de materiales e información diversa en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo: www.campusvirtual.uniovi.es.

Asimismo, los alumnos pueden consultar la información que recogen instituciones y organismos en sus páginas web como los que se indican a continuación:

Organismo	Página Web
Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT)	http://www.aeat.es/
Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC)	http://www.icac.meh.es
International Accounting Standards Board (IASB)	http://www.ifrs.org/
Unión Europea (UE)	www.ec.europa.eu/internal_market/

“Derecho de la Seguridad Social”

Bibliografía básica:

Alonso Olea, M.; Tortuero Plaza, J.L., *Instituciones de Seguridad Social*. Civitas, última edición.

Blasco Lahoz, J.F.; López Gandía, J.; Momparler Carrasco, M.A. *Curso de Seguridad Social*. Tirant lo Blanch, última edición.

Desdentado Daroca, E. *Seguridad Social. Una introducción práctica*. Bomarzo, Albacete, última edición.

Gorelli Hernández, J.; Vilchez Porras, M.; Álvarez Alcolea, M.; De Val Tena, A. L., *Lecciones de Seguridad Social*. Tecnos, última edición.

Martín Valverde, A.; García Murcia, J. (Coord.), *Tratado práctico de Derecho de la Seguridad Social*. Aranzadi, última edición.

“Seminarios de Economía Aplicada”

La economía del envejecimiento

Timonen, Virpi (2008): *Ageing Societies. A Comparative Introduction*, Open University Press, McGraw Hill, Maidenhead.

Jackson, William A. (1998): *The Political Economy of Population Ageing*, Edward Elgar, Cheltenham.

Pallagst, Karina; Wiechmann, Thorsten y Martínez-Fernández Cristina (eds.) (2013): *Shrinking Cities: International Perspectives and Policy*

Crecimiento desde el lado de la demanda

CEPAL (2012) *Cambio estructural para la igualdad. Una visión integrada del desarrollo*. Trigésimo cuarto periodo de sesiones de la Comisión de la Cuenca del Plata, LC/G.2524(SES.34/3), Santiago de Chile. Capítulo II

Pérez Calentey, E. y Ali, A. (2007) La ventaja comparativa como falacia y una regla

para la convergencia, *Revista de la CEPAL* 93, 129-141.

Thirlwall, A.P. (2011). Balance of payments constrained growth models: history and overview, *PSL Quarterly Review*, *Economia civile*, 6

Complejidad en Economía

Hausmann, R.; Hwang, J. y Rodrik, D. (2006) What You Export Matters, *Journal of Economic Growth* 12(1), 1-25.

Bahar, D.; Hausmann, R. y Hidalgo, C. A. (2012) International Knowledge Diffusion and the Comparative Advantage of Nations, *Journal of Economic Geography*, University, John F. Kennedy School of Government.

Matesanz, D. Torgler, B. y Ortega, J. G. (2013) Measuring Global Economic Interdependence: A Hierarchical Network Approach, *The World Economic Review*

Economía Urbana

Polése, M. y Rubiera, F. (2009): *Economía Urbana y Regional. Introducción a la Geografía Económica*. Thomson. Madrid.

Mercado de trabajo en España

García Serrano, C. (2011): "Déjà vu? Crisis de empleo y reformas laborales en España". *Revista de Economía Aplicada*, vol. 56, pp. 169-184.

García Montalvo, J. (2012): "[La reforma de la educación en España: el principio y el final](#)", *Papeles de Economía Española*, vol. 133, pp. 1-14.

María Gil Izquierdo, M., de Pablos Escobar, L. y Martínez Torre, M. (2010): "Los determinantes socioeconómicos de la demanda de educación intergeneracional". *Hacienda Pública Española / Revista de Economía Pública*, vol. 193-(2/2010), pp. 75-108.

Albert C., García-Serrano C. y Toharia L. (2008): *La inserción laboral de los universitarios: un estudio piloto de los licenciados en Economía de las Empresas de la Universidad de Alcalá*. Universidad de Alcalá, Monografías Economía y Empresa (03).

Dolado, J.J. y Morales, E. (2009): "Which factors determine academic performance of freshers in economics?: some Spanish evidence". *Journal of Economic Surveys*, vol. 23, pp. 179-210.

Comunicación económica

Project Syndicate: <http://www.project-syndicate.org/>

Voxeu: <http://www.voxeu.org/>

"Seminarios de Estadística Aplicada"

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

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

Bibliografía básica:

Pérez, R.; López, A.J. (1997): *Análisis de datos económicos II. Métodos inferenciales*. Ed. Pirámide.

Bibliografía complementaria:

Anderson, D.R., Sweeny, D.J.; Williams, T.A. (2004): *Métodos cuantitativos para los negocios*, Ed. Thomson.

Bierman, H.; Bonini, CH.; Hausman, W. (1996): *Análisis cuantitativo para la toma de decisiones*, Addison-Wesley Iberoamericana.

Córdoba Bueno, M. (2004): *Metodología para la toma de decisiones*. Delta Publicaciones Universitarias.

García Aguado, J.; otros (2002): *Métodos de decisión. Ejercicios resueltos*. Ed. Prentice Hall.

Pérez, R.; López A.J. (1997): *Análisis de datos económicos II. Métodos inferenciales*. Ed. Pirámide.

Ritchey, F.J. (2011): *Estadísticas para la Ciencias Sociales*. Mc Graw Hill.

Bibliografía hoja de cálculo:

Arnaldos, F.; Díaz, M.T.; Faura, U.; Molera, L.; Parra, I. (2003): *Estadística Descriptiva para Economía y Administración de Empresas*. E

Glyn, D.; P. Branko (2010): *Business Statistics using Excel*. Ed. Oxford.

Software:

Las prácticas de la asignatura se realizarán con hoja de cálculo.

“Herramientas de Decisión: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas”

Bibliografía básica:

Módulo 1: Neurofinanzas

Bossaerts P. (2002): *The paradox of asset pricing*. Princeton University Press.

[Glimcher P.W \(2004\): *Decisions, uncertainty, and the brain: The science of neuroeconomics*. Bradford Books.](#)

Kahneman D.; Tversky A. (1979): “Prospect theory: An analysis of decision under risk”, *Econometrica*, Vol. 47, No. 2, p. 263-292.

Kahneman D.; Tversky A. (1973): “On the psychology of prediction”, *Psychological review*, 80, p 237-251.

Taleb Nassim N. (2008): *El cisne negro: el impacto de lo altamente improbable*. Ed. Paidós, Barcelona.

Módulo 2: Herramientas de Decisión Multicriterio: Aplicaciones en Economía Sostenible y Finanzas

Arrow K.J.; Raynaud H. (1989): *Opciones sociales y toma de decisiones mediante criterios múltiples*. Alianza Editorial, Madrid.

Cornuejols, G.; Tütüncü, R. (2007): *Optimization methods in finance*. Ed. Cambridge University Press.

Munda G. (2010): *Social multi-criteria evaluation for a sustainable economy*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Romero C. *Análisis de las decisiones multicriterio*.
<ftp://ece.buap.mx/pub/DOCUM EDUCATIVOS FCE F PORRAS/PROCESOS%20DE%20PENSAMIENTO%20y%20TOC/teor%EDa%>

Romero C. (1993): *Teoría de la decisión multicriterio: Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Alianza Universidad. Textos, Madrid.

Módulo 3: Economía de la Población y Demografía

Leguina, J. (1981): *Fundamentos de demografía*. Madrid. Ed Siglo XXI.

INE: www.ine.es

Recursos informáticos:

Hoja de cálculo Excel

Programa MATLAB