

Guia de l'estudiant

2001 | 2002

Universitat de Vic

**Diploma Europeo de Gestión
Internacional DEGI**

Facultat de Ciències Jurídiques
i Econòmiques de la Universitat de Vic

Université de Valenciennes et du Hainaut
Cambésis (F)

Fachhochschule Bielefeld (A)

H.E.S. Rotterdam (NL)

Universidade Do Minho (P)

University of Teesside (GB)

University of Luton (GB)

Zürcher Hochschule Winterthur (CH)

Realitzada amb le ajuda de la Comissió
de les Comunitats Europees dentro del
Programa ERASMUS

Índice

Presentación	5
La Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques	7
El Programa DEGI	9
Calendario académico 2001-2002	9
Plan de estudios del Programa DEGI	10
Programas de las asignaturas obligatorias	11
Dirección y Gestión Empresarial	11
Investigación de Mercados	13
Marketing	15
Economía Española y Mundial	17
Economía II	20
Fiscalidad de la Empresa I	21
Castellano I y II	25
Asignaturas de las especialidades	27
Especialidad de Marketing	27
Finanzas Internacionales	27
Publicidad y Promoción de Ventas I	29
International Business Culture	30
Derecho Internacional y Comunitario	31
Especialidad de Comercio Internacional	33
Finanzas Internacionales	33
Comercio Internacional	33
Integración Europea	34
Derecho Internacional y Comunitario	35
La lengua	35
Català I y II	35
Servicios y temas de interés para el estudiante	37
Servicios académicos	37
Servicio de Gestión Académica	37
Prácticas en empresas	37
Escola d'Idiomes	38
Biblioteca	38
Aula de Autoaprendizaje	39
Servicio de Estudiantes	39
Servicio de Deportes	40
Servicio de Informática	40
Fotocopias y librería	40

Vivir en Vic	41
Información general práctica	43
Los órganos de gobierno de la Facultad	43
Los profesores de la Facultad	43
Escala de Clasificación (Nacional y ECTS)	45
Asistencia Médica	46
Coste de vida	46
Comunicaciones	47
Otras informaciones prácticas	47
Actividades de ocio	48
Horarios del curso 2000/2001	49
Emplazamiento de la <i>Universitat de Vic</i>	51

Presentación

Querido/a estudiante:

Te presentamos la guía del programa DEGI donde encontrarás información sobre el plan de Estudios del curso 2001/2002 y sobre los servicios que se ofrecen desde la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas y desde la Universitat de Vic.

El programa DEGI se ofrece desde la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas, donde se imparten las diplomaturas de Empresariales y Turismo y las licenciaturas de Administración y Dirección de Empresas y de Publicidad y Relaciones Públicas. Las asignaturas del programa DEGI pertenecen a la diplomatura de Ciencias Empresariales y a la Licenciatura de Dirección y Administración de Empresas y se dividen entre *obligatorias y de especialidad*.

Como alumno del programa debes cursar el total de créditos obligatorios y elegir una especialidad. Además de las asignaturas del programa, te ofrecemos la oportunidad de aprender idiomas en la Escuela de Idiomas de la Universitat de Vic (encontrarás más información en la sección de Escuela de Idiomas).

La Universitat de Vic proporciona a todos sus estudiantes una serie de servicios –aulas de informática, biblioteca, aula de autoaprendizaje, bolsa de trabajo, servicio de estudiantes, servicio de audiovisuales, librería y copistería, deportes, aula de teatro y coral universitaria– que hacen efectiva la voluntad de la UV de dotar a todos sus estudios de los mejores instrumentos y de las últimas innovaciones tecnológicas al servicio de una enseñanza personalizada.

La ciudad de Vic, con una población de 30.000 habitantes y capital de la comarca de Osona, interpreta un papel determinante en la economía de la zona. Vic está situada cerca de la costa y de los Pirineos, y se pueden realizar diversas actividades de ocio sin tener que desplazarse. Te recomiendo visitar toda la riqueza cultural y del medio ambiente de la zona.

Desde el departamento de Relaciones Internacionales estamos a tu disposición para ofrecerte nuestros servicios y para cumplir con nuestro compromiso internacional, cuyo objetivo principal es facilitarte una estancia agradable, satisfactoria y muy provechosa en la Universidad y en la ciudad de Vic.

¡Bienvenido!

La Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques

Los estudios de Empresariales en Vic nacieron en el año 1987. Se imparten en la *Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques* de la Universitat de Vic. Desde junio de 1990 nuestra Facultad forma parte del Programa DEGI, que en la actualidad está integrado, además, por los siguientes centros asociados: *Université du Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis*, de Francia; *Fachhochschule Bielefeld*, de Alemania; *Hogeschool voor Economische Studies Rotterdam*, de los Países Bajos; *Universidade do Minho*, de Portugal; *University of Teesside*, de Gran Bretaña; *University of Luton* de Gran Bretaña, y *Zürcher Hochschule Winterthur*, de Suiza.

La entidad titular de la Universitat de Vic, cuya presidencia ostenta el Alcalde de Vic, es la Fundació Universitària Balmes.

La Universitat de Vic está formada por cinco centros en los cuales se imparten veinticuatro titulaciones homologadas. Son las siguientes¹:

Facultat de Ciències Humanes, Traducció i Documentació (Campus Torre dels Frares)

- Licenciatura de Traducción e Interpretación.
- Diplomatura de Biblioteconomía y Documentación.

Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques (Campus Miramarges)

- Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas.
- Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas.
- Diplomatura de Ciencias Empresariales.
- Diplomatura de Turismo.

Facultat d'Educació (Campus Miramarges)

- Licenciatura de Psicopedagogía.
- Licenciatura de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte
- Maestro. Especialidades: Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Especial, Lengua Extranjera y Educación Física.
- Diplomatura de Educación Social

Escola Universitària de Ciències de la Salut (Campus Miramarges)

- Diplomatura de Enfermería.
- Diplomatura de Fisioterapia.
- Diplomatura de Terapia Ocupacional.
- Diplomatura de Nutrición Humana y Dietética

Escola Politècnica Superior (Campus Torre dels Frares)

- Licenciatura de Ciencia y Tecnología de los Alimentos.
- Ingeniería Técnica de Telecomunicación, especialidad en Sistemas de Telecomunicación.
- Ingeniería Técnica Agrícola, especialidad en Industrias Agrarias y Alimentarias.
- Ingeniería Técnica en Informática de Gestión.
- Ingeniería Técnica Industrial, especialidad en Electrónica Industrial.
- Ingeniería de Organización Industrial

1. Ver el mapa de ubicación de los campus al final del documento.

La *Universitat de Vic* cuenta con 4.000 estudiantes y 284 profesores aproximadamente.

Los estudiantes de todas las carreras comparten las instalaciones y servicios del Campus. Esta característica garantiza que en ningún momento los estudiantes del DEGI se puedan sentir aislados de los demás estudiantes.

El Programa DEGI

Calendario Académico 2001-2002

Recepción de estudiantes extranjeros:

21 de septiembre a las 11.00 horas

Curso intensivo de lengua:

24 de septiembre – 28 de septiembre

Inicio del curso:

1 de octubre de 2001

Períodos lectivos:

Primer cuatrimestre: del 1 de octubre al 23 de enero del 2002

Segundo cuatrimestre: del 13 de febrero al 31 de mayo del 2002

Exámenes:

Febrero: del 26 de enero al 9 de febrero del 2002

Junio: del 1 de junio al 1 de julio del 2002

Vacaciones:

Navidad: del 22 de diciembre de 2001 al 7 de Enero del 2002 (ambos inclusive)

Semana Santa: del 25 de marzo al 1 de abril del 2002 (ambos inclusive)

Días Festivos:

11 de Septiembre de 2001 (Diada Nacional de Catalunya)

12 de octubre de 2001 (Día de la Hispanidad)

1 de Noviembre de 2001 (Día de Todos los Santos)

2 de Noviembre de 2001 (Puente)

6 de Diciembre de 2001 (Día de la Constitución)

7 de Diciembre de 2001 (Puente)

8 de Diciembre de 2001 (Inmaculada Concepción)

23 de Abril de 2002 (Sant Jordi)

1 de Mayo de 2002 (Día del trabajador)

20 de Mayo de 2002 (Segunda Pascua)

5 de Julio de 2002 (Sant Miquel dels Sants)

Plan de estudios del programa DEGI

Los estudiantes que optan al DEGI deben acreditar haber aprobado sus dos primeros cursos en sus centros de origen, y cursar el tercero en uno de los centros asociados. La obtención del Diploma está sujeta a la consecución de un total de 60 créditos académicos.

Las asignaturas y su valor en créditos son los siguientes:

a) Asignaturas comunes del programa DEGI

<i>Área de Gestión de la Empresa:</i>	Créditos ECTS
- Dirección y gestión empresarial	7
- Investigación de Mercados	4
- Marketing	4
<i>Área de Economía:</i>	
- Economía Española y Mundial	6
- Economía II	6
<i>Área de Fiscalidad</i>	
- Fiscalidad	4
<i>Área de Lengua:</i>	
- Castellano I-II	6

b) Asignaturas de las especialidades del programa DEGI. Debe elegirse una especialidad.

b.1. Asignaturas de la especialidad de Marketing	Créditos ECTS
- Finanzas Internacionales	4
- Publicidad y Promoción de Ventas	6
- International Business Culture	6
- Derecho Internacional y comunitario	7
b.2. Asignaturas de la especialidad de Comercio Internacional	Créditos ECTS
- Finanzas Internacionales	4
- Comercio Internacional	6
- Integración europea	6
- Derecho internacional y comunitario	7

Programas de las asignaturas obligatorias

Dirección y Gestión Empresarial

OBJETIVOS:

Dar al estudiante una visión global y un marco de razonamiento estructurado que le facilite la interpretación y resolución de los problemas asociados a la dirección y gestión de empresa.

El programa está estructurado en cuatro grandes bloques:

El problema económico. Se dará una visión del mercado y de la empresa como mecanismos alternativos de coordinación, y pondremos de manifiesto las consideraciones para poder escoger uno u otro mecanismo.

Objetivos de la empresa. En esta parte, utilizando el análisis del sector industrial y de la cadena de valor, nos acercaremos a los objetivos empresariales como instrumentos para conseguir ventajas competitivas sostenidas, y finalmente, definiremos las posibilidades estratégicas asociadas a los objetivos.

Desarrollo estratégico. Tomaremos como referencia el Modelo Europeo de Gestión de la Calidad (EFQM) y, situando la calidad total como eje conductor, analizaremos los principales elementos que condicionan las posibilidades estratégicas.

Técnicas de gestión. Estudio de las bases que fundamentan las técnicas de gestión más utilizadas actualmente en la empresa.

PROGRAMA:

1. Asignación de recursos

- El mercado y la empresa como mecanismos alternativos de coordinación
- Situaciones que dificultan la coordinación del mercado
 - Externalidades
 - Inexistencia del mercado
 - Tecnología de equipo
- Elección del mejor mecanismo de coordinación
 - Costes de transacción
 - Teoría de agencia

2. Objetivos empresariales

- Análisis del sector industrial
- Cadena de valor y ventaja competitiva
- Determinación de los objetivos
- Las grandes alternativas estratégicas
 - Genéricas
 - En relación al ciclo de vida
 - Sectoriales

3. Desarrollo estratégico

- Liderazgo
- Procesos
- Resultados

4. Técnicas de gestión

- M.R.P
- JIT/Kanban

- Reingeniería de empresa (MIT)
- Cuadro integral de comando

BIBLIOGRAFÍA:

Primer bloque:

- Serra Ramoneda, A. *L'empresa anàlisi econòmica*. Labor, 1993
Serra Ramoneda, A. *Sistema econòmic y empresa*. Barcelona: Ariel, 1986
Salas Fumas, V. *Economía de la empresa*. Barcelona: Ariel, 1987

Segundo bloque:

- Porter Michael, E. *Estrategia competitiva*, México: Editorial Continental, 1982
Porter Michael, E. *Ventaja competitiva*, México: Editorial Continental, 1985
Porter Michael, E. *How competitive forces Shape Strategy*, HBR Marzo-Abril 1979 p. 137

Tercer bloque:

- Menguzzato M y otros *La dirección estratégica de la empresa*, Barcelona: Ariel, 1992
Hajime Karatsu. *CTC: La sabiduría Japonesa*, Barcelona: Ediciones Gestión 2000, 1992
Zeithaml Valerie, A. *Calidad total en la gestión de servicios*, Barcelona: Ediciones Díaz de Santos, 1993

Cuarto bloque:

- Browne Jimmie y otros *Production Management Systems USA*: Addison-Wesley 1993
Hammer M y otros *Reingeniería de la empresa*. Barcelona: Parramón, 1994

La bibliografía es complementaria con apuntes de clase y otro material didáctico.

Investigación de Mercados

OBJETIVOS:

Conocer las características y los métodos para obtener información del mercado turístico y transformarla en información útil para poder tomar decisiones. Complementar la formación comercial con el conocimiento de las herramientas de carácter cualitativo y cuantitativo disponibles, utilizando los programas informáticos de estadística más habituales. El tratamiento estadístico por medio de métodos multivariantes descriptivos y explicativos permitirá al estudiante conocer y aplicar las técnicas más utilizadas en Investigación de Mercados.

PROGRAMA:

1. Introducción a la investigación de mercados.
 - 1.1. Definición
 - 1.2. Diseño de investigación de mercados
2. El proceso de investigación de mercados
 - 2.1. Fuentes de información internas y externas.
 - 2.2. Fuentes primarias.
 - 2.3. Fuentes secundarias.
3. Investigación cualitativa. Técnicas.
4. Investigación cuantitativa. Técnicas.
5. La encuesta
6. Escalas y técnicas de medida
7. Muestreo I
8. Análisis de los datos con soporte informático.
 - 8.1. Introducción al SPSS/PC.
 - 8.2. Instrucciones generales de preparación de datos.
 - 8.3. Instrucciones básicas para el análisis de los datos.
9. Tratamientos simples de los datos
 - 9.1. Descriptivos
 - 9.2. Tratamientos simples con dos variables
 - 9.3. Contraste de hipótesis
10. Análisis de varianza
11. Análisis cluster
12. Análisis de regresión
13. Análisis factorial
 - 13.1 Componentes principales
 - 13.2. Factorial de correspondencias
14. Segmentación jerárquica

EVALUACIÓN:

Examen final y tres trabajos de carácter obligatorio.

BIBLIOGRAFÍA:

- Hair, J. y otros *Análisis multivariante*. Prentice Hall, 1999
- Luque, T. *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Piramide, 2000
- Miquel, S. y otros *Investigación de mercados*. McGraw-Hill, 1996
- Ortega, E. *Manual de investigación comercial*. Madrid: Pirámide, 1992

Visauta *Análisis estadístico con SPSS para Windows. Estadística básica*. McGraw-Hill, 1997.
Visauta *Análisis estadístico con SPSS para Windows. Estadística Multivariante*. McGraw-Hill, 1998.

Marketing

(esta asignatura se impartirá en inglés)

OBJETIVOS:

El contexto actual de los negocios, caracterizado por los procesos de globalización, el incremento de la competencia y la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, plantean nuevos desafíos a las empresas para afrontar la situación actual. El marketing, que ha tenido una evolución constante desde principios de siglo, nos introduce dentro de la política comercial de las empresas y tiene como objetivo facilitar a los responsables de marketing los aspectos fundamentales de los intercambios, recogiendo las nuevas dimensiones del entorno y planteando nuevos enfoques para entender las nuevas relaciones con los clientes.

PROGRAMA:

1ª Parte. Marketing Estratégico

1. Entorno actual en el marketing.
 - 1.1. Globalización.
 - 1.2. Internacionalización.
 - 1.3. Nuevas tecnologías de la información y comunicación.
2. La competencia.
 - 2.1 La competencia global.
 - 2.2 Estrategias cooperativas y asociaciones estratégicas globales.
 - 2.3 Aprender de los competidores: Benchmarking.
3. Los clientes.
 - 3.1 El nuevo consumidor, nuevas demandas.
 - 3.2 Segmentación y posicionamiento.
 - 3.3 Marketing relacional.
 - 3.4 Nuevas herramientas de gestión de la relación con los clientes (Customer Relationship Management, CRM. Front office-Back office)

2ª Parte. Marketing operativo.

4. Acciones sobre productos.
 - 4.1 Producto global / producto local.
 - 4.2 De los atributos y ventajas, a la valoración de la experiencia.
5. Acciones sobre precios.
 - 5.1. Precio global, precio local.
 - 5.2. Valor percibido por el cliente.
6. Acciones sobre comunicación.
 - 6.1. Marketing directo.
 - 6.2. La comunicación en Internet.
 - 6.3. Marketing interactivo (flujo, funcionalidad, feed-back, fidelización).
7. – Acciones sobre distribución.
 - 7.1 Logística.
 - 7.2 Sistema de transmisión electrónica de datos y seguridad.
8. E-commerce.
 - 8.1 Elementos.

- 8.2 Algunas Modalidades (business to business B2B, business to consumer B2C, business to retailer B2D).
9. Organización y control del esfuerzo del marketing global.
- 9.1. Organización y control.
- 9.2. La auditoría de marketing global (Marketing audit)

BIBLIOGRAFÍA:

- Warren J. Keegan *Marketing Global*. Prentice Hall, 1997
- Ohmae, K. *El mundo sin fronteras. Poder y estrategia de la economía entrelazada*. McGraw-Hill de Management, 1991
- Aaker, D. A.; Alvarez del Blanco, R.M. "Capitalizar el valor de la marca". *Harvard Deusto Business Review*, n. 61, 1995
- Alvarez Gomez-Pallete, J.M. *La política comercial del Mercado Común*. McGraw-Hill de Management, 1992
- Nueno, J.L. "El valor percibido por el consumidor". *Marketing & Ventas*, n. 2/94, pp. 32-35. Harvard-Deusto, 1994
- Moliner Tena, M.A.; Callarisa Fiol, L.J. "El marketing relacional o la superación del paradigma transaccional". *Rev. Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 6, n. 2, 1997
- Valls, Josep F. *La Imagen de Marca de los Países*. McGraw-Hill de Management, 1992
- Schmitt, Bernd H. *Experimental Marketing*. Ediciones Deusto, 1999
- Hernández Neira A., Saiz J.L. *Marketing y Tecnología*. Madrid: Piramide, 1996

Revistas periódicas:

Marketing y Ventas
Distribución Actualidad
IPMar

Economía Española y Mundial

OBJETIVOS:

La asignatura empieza introduciendo conceptos y técnicas imprescindibles para el análisis económico. A partir de aquí presenta los rasgos más sobresalientes que han caracterizado la Economía Mundial desde el inicio del siglo XX hasta la actualidad. Y continúa con el estudio de la evolución reciente, a partir de los años sesenta, de la Economía Española analizando los cambios en la estructura económica del país desde una triple perspectiva: global, sectorial e institucional.

La asignatura dota al alumno del conocimiento de las técnicas básicas de análisis económico para comprender los cambios que han sufrido las Economías Española y Mundial en sus estructuras económicas. A partir de aquí dispondrá de más elementos de juicio para interpretar la realidad económica.

METODOLOGÍA:

En la clase se explicará cada uno de los temas del Programa. Se dispondrá de un dossier con estadísticas, cuadros y lecturas sobre los cuales se centrarán las explicaciones.

PROGRAMA:

PARTE I: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA APLICADA.

Tema 1. La Contabilidad Nacional.

- 1.1. La actividad económica. Producción, renta y gasto.
- 1.2. Las operaciones sobre bienes y servicios.
- 1.3. Las operaciones de distribución.
- 1.4. Las macromagnitudes.
- 1.5. Las cuentas simplificadas de la nación.
- 1.6. Los sectores institucionales.
- 1.7. La cuenta financiera.

Tema 2. Las Tablas Input-Output.

- 2.1. El esquema de las tablas input-output.
- 2.2. La tabla input-output de la economía española 1980.
- 2.3. El modelo de la demanda.

Tema 3. La Balanza de Pagos.

- 3.1. El déficit comercial y su financiación.
- 3.2. La balanza corriente y la balanza de capital.

PARTE II: EL COMERCIO INTERNACIONAL.

Tema 4. Estructuras de la Economía Mundial Contemporánea.

- 4.1. Los intercambios de mercancías.
- 4.2. Los movimientos internacionales de capital.
- 4.3. Los movimientos internacionales de trabajadores.
- 4.4. Espacio y gravitación.
- 4.5. La era de las transnacionales.

Tema 5. Marco Institucional.

- 5.1. El GATT, una institución flexible y discreta.
- 5.2. Las reglas del juego.
- 5.3. El desarme arancelario.

PARTE III: EL PROCESO DE MODERNIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.

Tema 6. El Desarrollo de los Años Sesenta.

- 6.1. La premisa del desarrollo: El Plan Nacional de Estabilización Económica de 1959.
- 6.2. Rasgos esenciales de la estructura productiva española de los años sesenta.
- 6.3. Los pasivos del desarrollo económico de los años sesenta.

Tema 7. La Crisis de los Años Setenta.

- 7.1. Los factores de la crisis.
- 7.2. La respuesta del sistema económico a la crisis.
- 7.3. Los problemas políticos del ajuste a la crisis en España.

Tema 8. La Política de Ajuste hacia la Integración en la CEE.

- 8.1. El contenido técnico de las políticas de ajuste.
- 8.2. Un balance.

Tema 9. El ingreso en la CEE y la Fase de Recuperación de la Economía.

- 9.1. Significado de la integración de España en la CEE.
- 9.2. Un balance.

Tema 10. Evolución Reciente de la Economía Española.

- 10.1. Llegada de la recesión económica.
- 10.2. Superación de la crisis del 93.

Tema 11. Distribución de la Renta y Mercado de Trabajo.

- 11.1. Antecedentes y evolución de la renta en España.
- 11.2. Distribución de la renta española.
- 11.3. Rasgos que configuran la evolución del mercado de trabajo durante la crisis.
- 11.4. Algunas características de desequilibrio actual del mercado de trabajo.
- 11.5. Causas del paro.

PARTE IV: ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS.

Tema 12. El Sector Agrario.

- 12.1. Cambio en la demanda de productos agrarios y menor importancia relativa del sector agrario.
- 12.2. Reducción y encarecimiento del factor trabajo.
- 12.3. Transformaciones de la oferta y de las explotaciones agrarias.

Tema 13. El Sector Energético.

- 13.1. Recursos energéticos e industrialización en España.
- 13.2. La experiencia de los años 1960-73: desarrollo económico y dependencia del petróleo.
- 13.3. La crisis y las contradicciones de la política energética.

Tema 14. El Sector Industrial.

- 14.1. Una larga expansión industrial de veinte años.
- 14.2. La crisis del mercado interior.
- 14.3. Una primera experiencia de obertura al mercado exterior.

Tema 15. El Sector Servicios.

- 15.1. La expansión de las actividades de servicios.
- 15.2. Caso español. Una visión de conjunto.
- 15.3. Composición del sector por ramas.
- 15.4. Los servicios y la balanza de pagos.

EVALUACIÓN:

Se hará un examen al final del cuatrimestre que contendrá un ejercicio de economía aplicada, preguntas de carácter teórico, comentarios de estadística económica y alguna noticia de actualidad.

BIBLIOGRAFÍA:

Fuentes Pascual, R. *Problemas de Economía Aplicada*. Madrid: Pirámide, 1995.

García Delgado, J.L. (Director), *España, economía*. Espasa Calpe, 1992.

García Delgado, J.L. (Director), *Lecciones de Economía Española*. Editorial Civitas, 1995.

Muñoz Ciudad, C. *Las cuentas de la nación*. Editorial Civitas, 1994.

Sandretto, R. *El comerç internacional*. Vic: Eumo Editorial, 1991.

Otras referencias bibliográficas de interés se darán por cada tema del Programa. 2.3.1.6.

Economía II

OBJETIVOS:

Introducir al estudiante a los temas de macroeconomía, completando una panorámica general de los modelos económicos.

Se analiza el contexto histórico en el que apareció esta rama especializada de la teoría económica y se relacionan las aportaciones keynesianas con las teorías clásicas.

PROGRAMA:

1. Introducción

1.1. Conceptos básicos en Macroeconomía

- 1.1.1. Objeto de estudio de la macroeconomía
- 1.1.2. Contabilidad nacional y macroagregados.
- 1.1.3. Teoría clásica. Ley de Say.
- 1.1.4. Teoría marginalista. Equilibrio general
- 1.1.5. Críticas keynesianas.

2. Teoría Keynesiana. El modelo de 45°.

- 2.1. El flujo circular de la renta.
- 2.2. Renta nacional de equilibrio.
- 2.3. El multiplicador.
- 2.4. El papel del estado en la economía.
- 2.5. Impuestos y gasto público.

3. Sector exterior.

- 3.1. Balanza de pagos.
- 3.2. Balanza por cuenta corriente
- 3.3 Tipos de cambio.
- 3.4. El modelo de economía abierta.

4. Economía monetaria.

- 4.1. El dinero. Evolución histórica y funciones actuales.
- 4.2. La oferta monetaria y el Banco Central
- 4.3. El proceso de creación de dinero.
- 4.3. La demanda de dinero.

5. Economía real y economía financiera.

- 5.1. El Modelo IS-LM.

EVALUACIÓN:

Habrá un examen teórico y práctico al final del cuatrimestre correspondiente.

BIBLIOGRAFÍA:

Albarracín, J. *La economía de mercado*. Madrid: De Trotta, 1994.

Barbe, L. *Curs d'introducció a l'economia*. Vol. 2. Bellaterra: Manuals de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1991.

Comas, J. *Macroeconomia. Teoria i problemes*. Vic: Eumo Editorial, 1997

Lipsey, R.; Harbury, C. *Principis d'economia*. Barcelona: Vicens Vives, 1992.

Roncaglia, A. *Fonaments d'Economia política*. Vic: Eumo Editorial, (en preparació).

Sachs-Larrain. *Macroeconomia en la economia global*. Méjico: Prentice-Hall, 1994.

Fiscalidad de la empresa I

OBJETIVOS:

Asignatura que introduce conocimientos básicos de la economía del sector público y de la teoría de la imposición, tanto en la parte general como en la parte especial que afecta a cada una de las formas de gravamen. Como aplicación de esta teoría se estudia la estructura del Sistema Fiscal Español y la Ley General Tributaria. En la primera parte se trata el sector público, con estudio del presupuesto y de consideraciones metodológicas sobre la Hacienda Pública.

La segunda parte estudia la Teoría General de la Imposición, con un tratamiento específico de los Ingresos Públicos.

La tercera parte está dedicada a la Teoría Especial de la Imposición, tanto por lo que hace referencia a la imposición sobre la renta personal, como a la de sociedades y a la riqueza y el consumo.

Finalmente, y dentro del Sistema Fiscal Español, se estudia el sistema impositivo, la armonización fiscal y la Ley General Tributaria.

PROGRAMA:

PARTE I. El sector público

Tema I. Sector público

- 1.1. Aproximación al sector público
 - 1.1.1. Definición, actividad y delimitación
 - 1.1.2. Componentes y agentes institucionales
 - 1.1.3. Operaciones y compras
 - 1.1.4. Dimensión, actividad y resultados
 - 1.1.5. El sector público español
- 1.2. El presupuesto del sector público
 - 1.2.1. Introducción
 - 1.2.2. El presupuesto clásico
 - 1.2.3. Superación del presupuesto clásico
 - 1.2.4. Concepción actual del presupuesto
 - 1.2.5. Ciclo presupuestario
 - 1.2.6. Contenido y clasificación del presupuesto
 - 1.2.7. Déficit público
 - 1.2.8. Presupuestos de gastos fiscales
 - 1.2.9. El presupuesto de las administraciones públicas en España
- 1.8. Consideraciones metodológicas sobre la hacienda pública
 - 1.8.1. Distinción entre los enfoques positivo y normativo del análisis del sector público
 - 1.8.2. Funciones básicas de la actividad financiera del sector público

PARTE II. Teoría General de la Imposición

Tema 2. Teoría General de la Imposición

- 2.1. Ingresos públicos
 - 2.1.1. Concepto
 - 2.1.2. Principales categorías de ingresos
 - 2.1.3. Tasas, precios públicos y contribuciones
 - 2.1.4. Impuestos
 - 2.1.5. Deuda pública
- 2.2. Imposición y equidad

- 2.2.1. Introducción
- 2.2.2. Principio del beneficio
- 2.2.3. Principio de capacidad de pago
- 2.3. Imposición y eficiencia
 - 2.3.1. El exceso de gravamen en la imposición: concepto y cuantificación
 - 2.3.2. Tipología de las principales distorsiones impositivas
 - 2.3.3. Teoría de la imposición óptima
- 2.4. Incidencia impositiva
 - 2.4.1. Concepto de incidencia impositiva
 - 2.4.2. Modelos de equilibrio parcial
 - 2.4.3. Modelos de equilibrio general

PARTE III. Teoría especial de la imposición

Tema 3. Imposición sobre la renta personal y alternativas

- 3.1. Definición y características
 - 3.1.1. Características básicas del impuesto
 - 3.1.2. Clases de impuestos sobre la renta
- 3.2. Base imponible: concepto de renta
- 3.3. Tipo de gravamen: progresividad impositiva
- 3.4. Unidad contribuyente
- 3.5. Otros aspectos importantes del impuesto
 - 3.5.1. Período impositivo
 - 3.5.2. Tratamiento de las ganancias de capital
 - 3.5.3. Inflación e impuesto sobre la renta
 - 3.5.4. El impuesto y el ahorro familiar
- 3.6. Valoración del impuesto sobre la renta: el impuesto y los principios impositivos
- 3.7. Alternativas al impuesto sobre la renta tradicional
 - 3.7.1. El impuesto lineal sobre la renta
 - 3.7.2. El impuesto negativo sobre la renta
 - 3.7.3. El impuesto sobre el gasto personal

Tema 4. Imposición sobre la renta de las sociedades

- 4.1. Definición y justificación de la existencia del impuesto
 - 4.1.1. La visión absolutista
 - 4.1.2. La visión integracionista
- 4.2. Estructura del impuesto
 - 4.2.1. Sujeto pasivo
 - 4.2.2. Base imponible
 - 4.2.3. Tipo impositivo
 - 4.2.4. Incentivos fiscales y deuda tributaria
- 4.3. Integración del impuesto sobre la renta de las sociedades y el impuesto sobre la renta personal
 - 4.3.1. Métodos de integración total
 - 4.3.2. Métodos de integración parcial
- 4.4. La incidencia del impuesto sobre la renta de las sociedades
- 4.5. Valoración del impuesto sobre la renta de las sociedades y posibles alternativas

Tema 5. Imposición sobre la riqueza

- 5.1. Introducción

- 5.1.1. Concepto
- 5.1.2. Figuras impositivas y criterios de clasificación
- 5.1.3. Importancia relativa en España y en los países de la OCDE
- 5.2. El impuesto sobre el patrimonio
 - 5.2.1. Concepto y características
 - 5.2.2. Principales elementos que configuran el impuesto
 - 5.2.3. Justificaciones
 - 5.2.4. Problemática del impuesto
 - 5.2.5. Referencia al caso español
- 5.3. Impuesto sobre sucesiones y donaciones
 - 5.3.1. Concepto y características
 - 5.3.2. Principales elementos que configuran el impuesto
 - 5.3.3. Justificaciones
 - 5.3.4. Efectos económicos
 - 5.3.5. Referencia al caso español
- 5.4. Impuesto sobre la propiedad inmueble
 - 5.4.1. Concepto y características
 - 5.4.2. Principales elementos que configuran el impuesto
 - 5.4.3. Justificaciones
 - 5.4.4. Efectos económicos
 - 5.4.5. Referencia al caso español
- 5.5. La imposición sobre las transferencias de riqueza
 - 5.5.1. Concepto y características
 - 5.5.2. Principales elementos que configuran el impuesto
 - 5.5.3. Justificaciones
 - 5.5.4. Efectos económicos
 - 5.5.5. Referencia al caso español
- 5.6. La leva sobre el capital

Tema 6. Imposición sobre el consumo

- 6.1. Imposición sobre consumos específicos
 - 6.1.1. Concepto y características básicas
 - 6.1.2. Justificación de la existencia de la imposición sobre consumos específicos
 - 6.1.3. Estructura de los impuestos sobre consumos específicos
 - 6.1.4. Valoración de los impuestos sobre consumos específicos
- 6.2. Imposición general sobre ventas
 - 6.2.1. Características básicas
 - 6.2.2. Principales ventajas de la imposición sobre el volumen de ventas
 - 6.2.3. Los impuestos monofásicos sobre el volumen de ventas: definición y valoración
 - 6.2.4. Los impuestos plurifásicos sobre el volumen de ventas: definición y valoración
 - 6.2.5. Los impuestos sobre el valor añadido
 - 6.2.6. El IVA comunitario

PARTE IV. Sistema Fiscal Español

Tema 7. Sistema Fiscal Español

- 7.1. Introducción al sistema impositivo
 - 7.1.1. Elementos básicos
 - 7.1.2. Evolución histórica

- 7.1.3 Estructura del sistema impositivo vigente
- 7.2. Armonización fiscal
 - 7.2.1. La fiscalidad de la Unión Europea
 - 7.2.2. Mecanismos de coordinación
 - 7.2.3. Estrategias de armonización
- 7.3. Reformas fiscales
 - 7.3.1. Reforma de los impuestos existentes
 - 7.3.2. Incorporación de nuevas figuras tributarias

BIBLIOGRAFÍA:

- Albi, E.; González-Paramo, J.M.; Zubiri *Economía Pública*. 2ª ed. Barcelona: Ariel Economía, 2000
- Albi, E.; Contreras, C. *Teoría de la Hacienda Pública* 2ª ed. Barcelona: Ariel, 1994
- Albi, E.; G. Ariznavarreta, J.L. *Sistema Fiscal Español*, 10ª ed. Barcelona: Ariel, 1995-1996
- García; A. Salinas, J. *Manual de Hacienda Pública*, 2ª ed. Madrid: Editorial Tecnos, 1993
- López, M.T.; Utrilla, A. *Introducción al Sector Público Español*, 2ª ed. Madrid: Civitas, 1994
- Musgrave, R.A.; Musgrave, P.B. *Hacienda Pública y Teoría Aplicada*. Madrid: McGraw-Hill, 1991
- Rosen, H.S. *Manual de Hacienda Pública*, Barcelona: Ariel, 1987
- Stiglitz, J.E. *La Economía del Sector Público*, Barcelona: Antoni Bosch Editor, 1988

Castellano I y II

PROGRAMA:

1. Morfología verbal.

- 1.1. Repaso de los tiempos verbales: presente y futuro de indicativo, imperativo, condicional. La voz pasiva. Contraste entre el pretérito perfecto e indefinido. Verbos irregulares.
- 1.2. Expresión del futuro mediante perífrasis. El subjuntivo. Contraste entre el estilo directo y el indirecto. Perífrasis obligativas y terminales.

2. Morfología nominal.

- 2.1. Indefinidos, cuantitativos, pronombres relativos, comparativos. Expresión de la repetición periódica. La nominalización.
- 2.2. Las preposiciones y conjunciones.

3. Léxico.

- 3.1. Uso de los verbos ser y estar.
- 3.2. Locuciones y frases hechas.
- 3.3. Vocabulario extraído de textos.

4. Redacción de diversos textos comerciales.

- 4.1. Normas de puntuación.
- 4.2. Disposición y coherencia textual.
- 4.3. Modelos (carta de presentación, curriculum vitae, instancia, carta de ofertas, actas de reuniones, etc.).

5. Expresión oral y escrita.

- 5.1. Exposiciones de temas escogidos por los alumnos.
- 5.2. Debates sobre temas de actualidad.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alcina, J., Blecua, J.M. *Gramática de la Lengua Española*. Barcelona: Ariel, 1980.
- De Molina, J.A.; Ortega, J. *Usos de Ser y Estar*. Madrid: SGEL, 1987.
- Equipo Pragma *Esto funciona*. Madrid: Edelsa, 1989.
- García, N., Sánchez, J., *Español 2000*. Nivel superior. Madrid: Coloquio SGEL, 1987.
- Martín, A.M.; Siles, J.; Martín, I. *El español de los negocios*. Madrid: SGEL, 1987.
- Marsa, F. *Nuevos modelos para ejercicio lingüístico*. Barcelona: PPU, 1984.

- Artículos extraídos de la prensa diaria y de diversas revistas específicas del ámbito empresarial.

Asignaturas de las especialidades

Especialidad de Marketing

Finanzas Internacionales

OBJETIVOS:

El objetivo primordial de la asignatura es facilitar a los estudiantes los conocimientos teóricos y prácticos del mundo de las finanzas internacionales. En términos generales se analizará la ley de control de cambios, los medios de pago y cobro internacionales, el mercado de divisas, el riesgo de cambio, los instrumentos de cobertura del riesgo de cambio, la financiación del comercio internacional, la financiación multilateral, etc.

METODOLOGÍA:

Las clases se basaran en exposiciones teóricas por parte del profesor que se compaginaran con ejercicios prácticos.

PROGRAMA:

Tema 1: Regulación de las transacciones exteriores en nuestro país: la ley de control de cambios.

Tema 2: Medios de pago y cobro internacionales:

- Cheque personal
- Cheque bancario.
- Orden de pago simple.
- Orden de pago documentaria.
- Remesa simple.
- Remesa documentaria.
- Crédito documentario.
- Ejercicios prácticos sobre el crédito documentario.

Tema 3: Mercado de divisas:

- Mercado de divisas.
- Análisis del riesgo de cambio.
- Modalidades de cobertura: seguro de cambio, opciones sobre divisas, etc.
- Ejercicios prácticos.

Tema 4: Financiación de las importaciones:

- Generalidades.
- Instrumentación de la financiación.
- Modalidades de la financiación.
- Riesgo de cambio.
- Ejercicios.

Tema 5: Financiación de las exportaciones:

- Generalidades.
- Instrumentación de la financiación.
- Modalidades de la financiación.
- Riesgo de cambio.
- Ejercicios.

Tema 6: Financiación multilateral.

EVALUACIÓN:

Examen teórico y práctico al final del curso.

BIBLIOGRAFÍA:

Comercio Internacional: curso de especialistas. ICEX, 1993.

Costa Ran, L y Font Vilalta, M. *Divisas y riesgo de cambio.* ICEX, 1995.

Díaz Mier, M.A. *Técnicas de Comercio Exterior I.* Editorial Pirámide, 1996.

Díaz Mier, M.A. y Hernando, J.M. *Técnicas de Comercio Exterior II.* Editorial Pirámide, 1996.

Hernández Muñoz, L. *El crédito documentario.* ICEX, 1994.

Morris M. y Deschampsneus, H. *Guía práctica para exportar e importar.* Deusto Editorial, 1989.

Serantes, Pedro. *Gestión financiera del comercio exterior: manual práctico.* ICEX, 1993.

Publicidad y Promoción de Ventas

OBJETIVOS:

Los objetivos que se pretenden alcanzar en esta asignatura se basan en tres puntos:

1. - El papel de la Comunicación en la estrategia de la empresa.
2. - La necesidad de la empresa de tener bien definida una política de comunicación.
3. - Las diferentes formas de construir una imagen de empresa.

Con estos tres puntos se pretende conseguir que el estudiante entienda la necesidad de articular una adecuada política de comunicación empresarial para poder transmitir a la sociedad los principales valores de la empresa.

PROGRAMA:

1.- La Comunicación Empresarial

- 1.1.- Las diferencias entre marketing, publicidad y comunicación
- 1.2.- Como se ha de convivir en la empresa
- 1.3.- Qué aporta la comunicación en la empresa
- 1.4.- Porqué es necesario la comunicación: si no creamos imagen nos la creará la competencia
- 1.5.- La Comunicación Interna como complemento y necesidad de la Comunicación Externa

2.- La Transmisión del mensaje empresarial

- 2.1.- La publicidad
- 2.2.- Como transmitir el mensaje a una agencia de publicidad
- 2.3.- La importancia de los medios de comunicación
- 2.4.- La relación con los medios de comunicación: una relación necesaria pero complicada
- 2.5.- Publicidad o publicity: Cuando, como y porqué

3.- Como construir la imagen de empresa

- 3.1.- Estudiar la posición de la empresa; percepción exterior de la marca; definir el público objetivo; valorar las necesidades
- 3.2.- Una imagen de marca "rápida" o una imagen "sólida"
- 3.3.- Construir una estrategia de comunicación

4.- Los instrumentos de construcción y mantenimiento

- 4.1.- Marketing institucional y mecenazgo: una política a largo plazo pero sólida
- 4.2.- Las Relaciones Públicas: desmitificarlas y ponerlas en práctica las verdaderas RRPP de la empresa
- 4.3.- Las conferencias: los actos de empresa; los premios culturales; de investigación: las RRPP al servicio de la imagen de marca
- 4.4.- Las revistas de empresa: que no las tiren a la papelera. La importancia del mensaje; la importancia del diseño
- 4.5.- Comunicación interna: los empleados; aliados o enemigos? Intranet y actos internos. Las relaciones con Recursos Humanos.

BIBLIOGRAFÍA:

- Naomi Klein *No logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós Contextos, 2000
Al Ries y Laura Ries *Las 22 leyes inmutables de la Marca*. Madrid: McGraw Hill, 2000
Stuart Crainer *El verdadero poder de las marcas*. Madrid: Eresma & Celeste Ediciones, 1997
Philip Kotler *El marketing según Kotler*. Barcelona: Paidós Empresa, 1999

International Business Culture

(Esta asignatura se impartirá en inglés y se concentrará en los meses de marzo y abril)

INTRODUCTION:

When negotiating with people from other cultures, language is not the only factor that has to be taken into account for obtaining good business results. Culture is also an important factor, as it is a shared system of attitudes, beliefs, meanings and behaviour that has to be considered and respected for effective business communication.

OBJECTIVES:

The general aim of the course is to give an overview of the links between intercultural communication, language, and management skills, with special emphasis on the following objectives:

1. To increase awareness of intercultural issues in business communication
2. To prepare students for interaction with people from cultures other than their own
3. To provide students with language and cross-cultural skills in order to develop empathy with cultural differences
4. To allow students to be 'internationally employable'

PROGRAMME:

1. An introduction to inter-lingual and intercultural business and management communication
 - 1.1. Cultural awareness
 - 1.2. The cultural variable in international business
 - 1.3. Communicating across cultures
 - 1.4. Cross - cultural understanding in business communication
 - 1.5. Cross - cultural misunderstandings in business communication
2. The socio-cultural context of international markets
 - 2.1. US/EU Business culture. Introduction
 - 2.2. The American business culture
 - 2.3. The European business culture (The German, the French, the Belgian, the Dutch, the Italians, the Spanish)
 - 2.4. The Asian business culture
 - 2.5. The Arabian business culture
 - 2.6. The Southamerican business culture. Case study of International Market Research
3. The internationalisation of a company
 - 3.1. Introduction to the company
 - 3.2. Reasons for internationalising
 - 3.3. Obstacles to internationalisation

TEACHING METHODS:

Case studies, role plays and talks by intercultural trainers, consultants and visiting lecturers from foreign universities with a specialisation in international business and management communication.

ASSESSMENT:

The cultural competence will be assessed through an intercultural group project. The project will have to be presented through an oral presentation and a written assignment.

Derecho Internacional y Comunitario

OBJETIVOS:

Esta asignatura tiene como finalidad dar una visión amplia de la estructura jurídica y el examen de su incidencia sobre las relaciones económicas privadas en el marco del comercio exterior. Se trata, así mismo, de introducir al estudiante en el entorno y conceptos básicos de la ordenación específica de la Comunidad Europea.

METODOLOGÍA:

Principalmente explicaciones a cargo del profesor, complementadas en algunos temas por actividades prácticas con debate y participación de los estudiantes.

PROGRAMA:

1. Introducción: El Derecho Internacional.
 - 1.1. Concepto y características.
 - 1.2. Derecho Internacional Público y Derecho Internacional Privado.
2. Derecho Internacional Público.
 - 2.1. Concepto.
 - 2.2. Sujetos: los Estados y las Organizaciones Internacionales. Posibilidad de otros sujetos.
 - 2.3. Contenido.
 - 2.4. Fuentes:
 - 2.4.1. Los tratados internacionales.
 - 2.4.2. La costumbre internacional.
 - 2.4.3. Los principios generales del derecho internacional.
 - 2.5. Estudio de algunas organizaciones internacionales básicas: ONU, OMC, Consejo de Europa.
3. Derecho Internacional Privado.
 - 3.1. Concepto y naturaleza.
 - 3.2. Contenido y aplicación.
 - 3.3. Fuentes:
 - 3.3.1. Normas estatales. Tipos
 - 3.3.2. Tratados y convenios internacionales
 - 3.4. Los sujetos del derecho internacional privado: Personas físicas y personas jurídicas.
4. Obligaciones contractuales internacionales.
 - 4.1. El contrato internacional y su regulación.
 - 4.2. El Derecho del Comercio Internacional: los convenios internacionales y la «Nova Lex Mercatoria»
 - 4.3. Autonomía de la voluntad: material y conflictual. Designación de la ley aplicable y tribunal competente: límites.
 - 4.4. Regulación: Convenio de Roma de 1980 sobre ley aplicable a las obligaciones contractuales.
 - 4.5. Compra-venta internacional de mercancías: los INCOTERMS y la Convención de Viena de 1980. Clases de compra-venta.
 - 4.6. Configuración del contrato.
5. El litigio internacional.
 - 5.1. Incumplimientos y reclamaciones.
 - 5.2. El proceso internacional.
 - 5.3. Jurisdicción y competencia judicial internacional.
 - 5.4. Reconocimiento y ejecución de sentencias y decisiones judiciales extranjeras.
6. El arbitraje comercial internacional.

- 6.1. Concepto y función.
- 6.2. Clases de arbitraje.
- 6.3. Procedimiento arbitral. Regulación estatal e internacional.
- 6.4. Reconocimiento y ejecución de laudos arbitrales.
7. El régimen internacional de la propiedad industrial e intelectual.
 - 7.1. Función y principio de territorialidad de las marcas, patentes, derechos de autor y otras figuras de la propiedad industrial e intelectual.
 - 7.2. Sistemas de protección internacional: convenios y regulación comunitaria europea.
8. El Derecho Comunitario: Introducción.
 - 8.1. Orígenes y evolución.
 - 8.2. El derecho comunitario en el marco del derecho internacional.
9. Instituciones comunitarias y proceso de toma de decisiones.
 - 9.1 El Consejo de Ministros.
 - 9.2. La Comisión.
 - 9.3. El Parlamento Europeo.
 - 9.4. El Tribunal de Justicia de las comunidades Europeas.
 - 9.5. Otras instituciones.
10. La ordenación jurídica comunitaria.
 - 10.1. Características básicas.
 - 10.2. Fuentes del derecho comunitario.
 - 10.3. El principio de primacía.
 - 10.4. El principio de aplicación o efecto directo.
 - 10.5. El principio de responsabilidad del Estado por incumplimiento del derecho comunitario.
11. La política comunitaria de la competencia.
 - 11.1. Regulación: artículos 85 a 92 del Tratado de la CE.
 - 11.2. Los supósitos de aplicación y las exenciones.
 - 11.3. La intervención de la Comisión: El Reglamento 17/1962.

EVALUACIÓN:

Mediante un examen final.

BIBLIOGRAFÍA:

- Carrillo Salcedo, J.A. *Curso de derecho internacional público*. Editorial Tecnos, 1996
- Pérez Vera, E. *Derecho internacional privado*. (2 vol.) UNED, 1996.
- Medina De Lemus, M. *La venta internacional de mercancías*. Editorial Tecnos, 1992.
- Alcover Garau, G. *La transmisión del riesgo en la compraventa mercantil. Derecho español e internacional*. Civitas, 1991.
- Calvo Caravaca y Fernández De La Gandara *Derecho mercantil internacional*. Tecnos, 1995 (2ª edición).
- Abellán, V. y Vilà, B. *Lecciones de derecho comunitario europeo*. Ariel, 1998
- Isaac, G. *Manual de derecho comunitario general*. Ariel, 1997
- Mattera, A. *El Mercado Único Europeo. Sus reglas, su funcionamiento*. Civitas, 1990.
- Diez Velasco, M. *Instituciones de Derecho Internacional Público*. Vol. I. Tecnos, 1998
- *Las Organizaciones Internacionales*. Madrid: Tecnos, 1998
- Pastor Ridruejo, J.A. *Curso de Derecho Internacional Público y Organizaciones Internacionales*. Tecnos, 1998
- Guardiola Sacarrera, E. *La compraventa internacional. Importaciones y exportaciones*. Bosch, 1994.
- Molina Del Pozo, C.F., *Manual de Derecho de la Comunidad Europea*. Trivium, 1990.
- Mangas Martín, A. y Liñán Noguera, D.J. *Instituciones y Derecho de la Unión Europea*. McGraw-Hill, 1999

Especialidad de Comercio Internacional

Finanzas Internacionales (p. 27)

* * *

Comercio Internacional

OBJETIVOS:

Estudiar las viejas y las nuevas teorías del Comercio Internacional para explicar el fenómeno de globalización económica, sus causas y sus consecuencias; poner atención a las cuestiones monetarias y a la mundialización financiera; y hacer una pequeña aproximación a los efectos sobre la sostenibilidad medioambiental y social de este proceso.

PROGRAMA:

1. Rasgos básicos de la internacionalización de la economía
2. Las teorías clásicas del comercio internacional
3. Las políticas comerciales
4. Los sistemas monetarios
5. Las interdependencias en la economía mundial
6. La integración comercial
7. La integración monetaria
8. La sostenibilidad del crecimiento económico

BIBLIOGRAFÍA:

- Fernández Sirera, T; Kyriacou, A.P. *Elementos de la Economía de la Unión Europea*. Barcelona: Vicens Vives, 1999
- Folch, R. *Diccionario de Socioecología*. Barcelona: Planeta, 1999
- Krugman, P.R.; Obstfeld, M. *Economía Internacional*. Madrid: McGraw Hill, 1999
- Salvatore, D. *Economía Internacional. Globalización e integración regional*. Barcelona: McGraw Hill, 1999

Integración Europea

OBJETIVOS:

Conocer los fundamentos históricos, políticos y económicos de la Unión Europea; estudiar el funcionamiento de sus instituciones y acercarse a los retos actuales que tiene planteados.

PROGRAMA:

1. Historia política del proceso de integración europea
2. Las instituciones comunitarias y los fondos del derecho comunitario
3. Fundamento teórico de la integración comercial y monetaria
4. Harmonización fiscal de la Unión Europea
5. El presupuesto de la Unión Europea
6. La política agraria comunitaria
7. La política del medio ambiente
8. Políticas redistributivas de la Unión Europea

BIBLIOGRAFÍA:

- Brunet, F. *Curso de integración europea*. Madrid: Alianza Editorial, 1999
- Fernández Sirera, T; Kyruacou, A. *Elements de l'Economía de la Unió Europea*. Barcelona: Vicens Vives, 1999
- Jordán Gladuf, J.M. (coord). *Economía de la Unión Europea*. Madrid: Civitas, 1997
- García Villarejo, A.; Salinas, J. *Manual de Hacienda Pública general y de España*. Editorial Tecnos, 3ª ed., 1997
- Lagares, M. (coord.) *Manual de hacienda pública, tomo II*. Instituto de Estudios Fiscales, 1995
- López, M.T.; Utrilla, A. *Introducción al sector público español*. Editorial Civitas, 3ª ed., 1996
- Mammarella, G. *Historia de Europa contemporánea*. Barcelona: Ariel, 1996
- Tamames, R.; López, M. *La Unión Europea*. Madrid: Alianza Universidad, 1999
- Vega, I. (coordinadora). *La integración económica europea: curso básico*. Valladolid: Lex Nova, 1996

* * *

La lengua

En Catalunya hay dos lenguas oficiales, el catalán y el castellano. En Vic, la lengua utilizada mayoritariamente es el catalán, tanto en el ámbito de las relaciones sociales como en los negocios y en la Universidad. Excepcionalmente, las clases a las que asisten estudiantes del DEGI se imparten en castellano. Sin embargo, estos estudiantes deben saber que su asistencia a clases de catalán será obligatoria. Habrá un curso intensivo la semana del 27 de septiembre al 1 de octubre de dos horas diarias, y clases durante el año de 2 horas semanales. En cualquier caso, el catalán es una lengua latina fácil de comprender para toda persona que tenga un cierto nivel de castellano.

Català I - II

PROGRAMA:

0. Tema introductorio

- 0.1. ¿Qué es Catalunya?
- 0.2. La lengua catalana: territorio, características, origen e historia, uso social, situación legal
- 0.3. Sonidos y grafías del catalán

1. Información personal

- 1.1. Identificarse e identificar a una tercera persona (vínculos familiares)
 - Preguntar por alguien. Pedir disculpas
 - Presentarse y presentar a una tercera persona
 - Pedir y decir la edad
 - Intercambiar informaciones sobre la vida de uno mismo o de los demás
- 1.2. Expresar un estado de ánimo o físico
 - Describir a una tercera persona por su físico, estado de ánimo u origen
- 1.3. Describir piezas de ropa (nombre, características)

2. Localizaciones

- 2.1. Pedir y dar indicaciones de dónde está una dirección, según puntos de referencia
 - Pedir e indicar cómo se va a un lugar (calle/ciudad)
- 2.2. Localizar mobiliario de una vivienda. Dónde se colocan las cosas (utensilios de la casa)

3. Tiempo

- 3.1. Pedir y dar la hora
 - Pedir y dar el horario de espectáculos, medios de transporte, etc.
- 3.2. Proyectos de futuro
 - Explicar la duración de un hecho o acontecimiento
 - Recordar algo a alguien

4. Acciones, actividades y acontecimientos

- 4.1. Pedir qué es lo que se hace en el presente y habitualmente
- 4.2. Pedir y explicar lo que se ha hecho hace poco o en un pasado reciente

- 4.3. Formular invitaciones. Aceptar o rechazar invitaciones
- 5. Trabajo
 - 5.1. Preguntar y decir a qué se dedica uno
 - Explicar en qué consiste un trabajo
 - 5.2. Dar instrucciones
 - Preguntar y dar información sobre un trabajo
- 6. Cuantificación y descripción
 - 6.1. Expresar cantidades y medidas
 - 6.2. Pedir y decir qué es lo que se quiere (en una tienda o en un restaurante)
 - Explicar cómo se desea un producto (característica y precio)
 - Realizar apreciaciones de calidad y comparaciones
 - Describir un objeto (temperatura, gusto, olor y consistencia)
 - 6.3. Describir condiciones atmosféricas
- 7. Opiniones, preferencias y aversiones
 - 7.1. Expresar opiniones sobre personas
 - Expresar opiniones, gustos y preferencias sobre cosas (espectáculos, comidas, etc.)
 - 7.2. Comparar el pasado con el presente
 - 7.3. Expresar opiniones sobre temas de actualidad
- 8. Peticiones, servicios y disponibilidades
 - 8.1. Preguntar si alguien puede hacer algo
 - Pedir ayuda
 - 8.2. Prohibir y ordenar algo

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN:

En las clases se alternarán explicaciones teóricas sobre el contenido de la materia y prácticas, tanto orales como escritas. Al inicio de curso se organizará una salida cultural a Barcelona y durante el curso se organizarán salidas breves por Vic para conocer la vida cotidiana y cultural de la ciudad: el centro histórico, los equipamientos culturales, el mercado semanal y el mercado municipal.

La evaluación será continuada y se valorará el trabajo hecho en clase y la participación en las actividades. Se harán diversas pruebas parciales a lo largo del curso.

BIBLIOGRAFÍA:

Artículos de prensa: *Avui*, *El Periódico*, *La Marxa* y *El 9 Nou*.

Badia, D. I altres: *1a, 2a, 3a llibreta autocorrectiva de vocabulari*. Vic: Eumo Editorial, 1990.

Badia, D. *Llengua catalana. Nivell llindar 1*. Vic: Edicions l'Àlber, 1997. Incluye un disquete de prácticas.

Fargas, A. i altres: *Llibretes d'exercicis autocorrectius (1,2,3,4,5 i 6)*. Vic: Eumo Editorial, 1991.

Mas, M. I altres: *Digui, digui... (Curs de català per a no-catalanoparlants adults)*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat i Enciclopèdia Catalana, S.A., 1994.

Sabater, E., *Diccionari ideològic*. Barcelona: Barcanova, 1990.

Servicios y temas de interés para el estudiante

Servicios académicos

Servicio de Gestión Acadèmica

Para formalizar vuestra matrícula en Vic tendréis que dirigiros al Servicio de Gestión Acadèmica.

Los estudiantes extranjeros, excepto los estudiantes de países miembros de la UE, necesitan un permiso de residencia para vivir en España. No obstante, después de llegar a Vic, tendrán que contactar con la Oficina de Relaciones Internacionales, donde obtendrán instrucciones detalladas al respecto.

Es necesario que presentéis los siguientes documentos:

- Fotocopia clara (ambas caras) del pasaporte.
- Documento de póliza de seguros E-128 que debe tener una duración de 12 meses, desde el comienzo del curso (septiembre) hasta la finalización del mismo (septiembre del año siguiente) o E-111 que debe tener una duración de 3 meses
- Curriculum Vitae en castellano.
- 4 fotos tamaño carnet.

El horario de atención al público es de lunes a viernes de 8 a 13 h. y de 16 a 18h. Durante el mes de julio el horario es de 10 a 13 h.

Prácticas en empresas:

Para que los estudiantes extranjeros puedan realizar prácticas en una empresa del Estado Español hay que cumplir los siguientes requisitos:

1. Que el acuerdo entre la UV y el Centro de origen promueva las prácticas para los estudiantes en movilidad
2. Que en el *Student Application Form* del ECTS conste la necesidad con créditos (1 crédito = 30 horas de prácticas en empresa)
3. Que el estudiante acredite estar en posesión de un seguro de cobertura personal mínima (la de la Seguridad Social del país de origen: modelos E 111, para urgencias y tres meses; o E 128, asistencia completa) durante su estancia en el Centro de destino
4. Que el estudiante acredite tener aprobados, como mínimo, el 50% de los créditos académicos de la carrera
5. Que el estudiante contrate un seguro complementario, de forma obligatoria, igual al de los estudiantes de la UV cuando realizan prácticas

Escola d'Idiomes

La *Escola d'Idiomes de la Universitat de Vic* ofrece diferentes cursos de lenguas que responden a las necesidades de sus destinatarios, los estudiantes de la *Universitat de Vic*, o bien a otras personas que necesiten completar su formación cultural o profesional. Aparte de otros cursos que en su momento puedan ser organizados a partir de peticiones concretas, los cursos previstos son los siguientes:

- Cursos ordinarios de lengua francesa, inglesa, alemana, italiana y rusa
- Cursos extraordinarios:
 - conversación en inglés, francés y alemán.
 - cursos de inglés para usos académicos.
 - curso de finlandés.
 - cursos específicos: inglés técnico e inglés para Ciencias de la Salud.
- Cursos de preparación para los exámenes de:
 1. *University of Cambridge*
 - *First Certificate*
 - *Certificate in Advanced English*.
 2. *British Chamber of Commerce*
 - *Nivel Operativo*

Los estudiantes que lo deseen podrán matricularse en la Escuela de Idiomas de forma gratuita.

Para una mayor información os podéis dirigir a la Servicio de Gestión Acadèmica. El horario de atención al público es de lunes a viernes de 10 a 13 h. y de 16 a 18h. Durante el mes de julio el horario es de 10 a 13 h.

Biblioteca

La Universidad de Vic tiene una biblioteca principal en el Campus Miramargès, situada en el edificio E i otra en el Campus Torre dels Frares, pero las dos forman parte de la misma unidad funcional.

Actualmente la Biblioteca de la UV tiene un fondo de aproximadamente 53.000 volúmenes a disposición de los lectores, además de suscripciones a 650 revistas y publicaciones periódicas.

El fondo de la Biblioteca tiene un carácter general que se ajusta a la diversidad de disciplinas que constituyen el contenido de los estudios impartidos en las diversas Escuelas y Facultades de la Universidad.

A disposición de los usuarios de la Biblioteca se encuentra un catálogo automatizado que contiene información sobre el funcionamiento de este servicio, así como sobre el de préstamo y búsqueda de información bibliográfica. También pueden utilizarse tarjetas para la fotocopidora interna de la biblioteca que se encuentran a la venta en la Biblioteca.

Los estudiantes extranjeros pueden acceder a las bibliotecas sin ninguna acreditación. Para utilizar el servicio de préstamo solo hay que presentar el carnet de estudiante. Una guía para los usuarios, disponible en la misma biblioteca, detalla más información sobre su funcionamiento.

En la biblioteca se encuentra también el Servicio de Documentación Europea, que contiene información sobre la integración europea, legislación comunitaria y estatal, programas y convocatorias de investigación y desarrollo, etc.

Los estudiantes tienen también acceso a la biblioteca pública, después de registrarse en ella.

El horario de este servicio es de lunes a viernes de 8 h. a 21 h., y los sábados de 9 h. a 13 h. Durante el período de exámenes la biblioteca estará abierta durante la noche.

Aula de Autoaprendizaje

La *Universitat de Vic* cuenta con un aula de autoaprendizaje de catalán, inglés, francés y alemán al servicio de los estudiantes que quieran profundizar en el conocimiento de estas lenguas siguiendo un proceso de aprendizaje autónomo, sin horarios ni programas preestablecidos.

En el aula hay una gran variedad de recursos para el aprendizaje en distintos formatos: libros de texto y diccionarios, fichas autocorrectivas, casetes, videos, CD-ROM y ejercicios informatizados. Una combinación adecuada de estos recursos permite ejercitar las cuatro habilidades básicas de toda lengua: comprensión oral y escrita y expresión oral y escrita; un profesor especializado en cada lengua asesora permanentemente a los estudiantes.

El Aula de Autoaprendizaje es un servicio gratuito para los miembros de la UV (profesores, alumnos y personal de administración y servicios). Los usuarios externos a la UV deben abonar una cuota cuatrimestral. El aula de autoaprendizaje está situada en la primera planta del edificio B de la Universidad y está abierta de lunes a jueves de 9 a 14 horas y de 15 a 19 horas y el viernes de 9 a 14 horas.

Servicio de Estudiantes

El Servicio de Estudiantes coordina y gestiona la Bolsa de Vivienda, el Servicio de Deportes y proporciona información concreta sobre becas, cursos, premios y actividades diversas.

La Bolsa de Vivienda está coordinada con la oficina de Información y Turismo del Ayuntamiento de Vic. Se ofrece información sobre las posibilidades de encontrar alojamiento en la ciudad. Las ofertas se concretan en pisos de alquiler para compartir, habitaciones en casas particulares, fondas, hostales, hoteles y residencias. También se facilita una relación de direcciones y precios orientativos. El contrato lo hará personalmente el estudiante, lo cual quiere decir que ni el estado de las viviendas, ni cualquiera de las situaciones que puedan producirse son competencia ni responsabilidad del Servicio de Estudiantes.

Los estudiantes de la Universidad de Vic están representados en los organismos siguientes: Junta de Gobierno y Consejos o Juntas de Centros. Estos representantes son escogidos de entre los delegados de curso.

Este Servicio está abierto a cualquier sugerencia, reflexión, idea o proyecto que surja a iniciativa de los estudiantes.

Servicio de Deportes

La Universidad de Vic, con la finalidad de ofrecer y fomentar toda clase de posibilidades deportivas, ha firmado convenios de colaboración con diversas entidades de reconocido prestigio en la ciudad.

Las ofertas deportivas están a disposición de todos los estudiantes, que pueden acceder libremente a las instalaciones, excepto algunas (como sauna o solarium), donde los estudiantes recibirán un descuento especial solo presentando su carnet de estudiante. El Servicio de Estudiantes dará más información sobre las direcciones y los precios para el curso 2001/2002.

El Servicio de Deportes también se encarga de organizar diferentes campeonatos entre los equipos de la Universitat de Vic (fútbol-sala, rugby, baloncesto...) y de otras universidades de Catalunya (campeonatos interuniversitarios)

Servicio de Informática

Es un servicio abierto a todos aquellos estudiantes que requieran el uso de la informática durante sus estudios. En el centro de cálculo se les proporciona información y asesoramiento sobre el uso de los ordenadores y sobre los diferentes programas que pueden utilizar según sus necesidades.

El servicio dispone de 6 aulas de informática. El horario es de lunes a viernes de 8 h. a 21 h. y los sábados de 9 h. a 13 h.

Dispone de acceso a Internet así como de un e-mail específico para los alumnos extranjeros que realizan el Programa DEGI.

Encontraréis más información en la siguiente dirección de la página Internet: <http://www.uvic.es>

Fotocopias y librería

El servicio de fotocopias y el de librería son especialmente útiles a la hora de realizar fotocopias, adquirir dossieres, material escolar y libros.

Permanece abierto de lunes a viernes de 8.15 h. a 19.45 h.

Vivir en Vic

Vic está a 60 Km. al norte de Barcelona y a 100 Km. de la frontera francesa por Puigcerdà. Su situación es muy favorable para poder practicar deportes de invierno (esquí en los Pirineos) y de verano (playas en la Costa Brava). Vic, capital de la comarca de Osona, está situada en una llanura y es uno de los núcleos urbanos más importantes de la Cataluña central. La comarca tiene un paisaje rico y variado y una notable cantidad de monumentos románicos y medievales de gran importancia histórica.

La ciudad ofrece diversos tipos de alojamiento para los estudiantes que deciden establecerse en Vic durante la temporada del curso escolar. Se puede escoger entre residencias, un albergue juvenil o alquiler de habitaciones o pisos privados. Los estudiantes pueden contactar con el Servicio de Estudiantes para acceder a una base de datos de ofertas de alquileres donde podrán encontrar direcciones y precios aproximados.

Gastos de alojamiento/mensual:

Habitación en una casa privada:	15.000 - 20.000 pts.
Piso (3 habitaciones):	40.000 - 60.000 pts.

Información general práctica

Los órganos de gobierno de la Facultad

La gestión ordinaria en el gobierno de la Facultad corresponde al Decano, quien delega las cuestiones de organización docente a los Jefes de Estudios.

Las unidades básicas de docencia e investigación de la Facultad son los Departamentos que agrupan los profesores de una misma área disciplinaria. Un profesor de cada Departamento ejerce la función de Jefe de Departamento.

Los Departamentos de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas son:

- Departamento de Economía
- Departamento de Contabilidad y Finanzas
- Departamento de Organización y Empresa
- Departamento de Matemática e Informática
- Departamento de Derecho y Turismo
- Departamento de Idiomas

El Decanado está constituido por los siguientes miembros:

- Decano: Dr. Josep Burgaya i Riera
- Director del Servicio de Estudios y Empresa: Prof. Josep Comas i Martínez
- Jefe de Estudios: Profa. Anna Sabata
- Coordinador del Departamento de Inserción Laboral: Prof. Lluís Ferrer
- Coordinadora del Departamento de Relaciones Internacionales: Profa. Noemí Morral

La Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas cuenta con un total de 80 profesores. Actualmente, 1.500 estudiantes están matriculados en esta Facultad.

Los profesores de la Facultad

Departamento de Economía

Jefe de Departamento: Enric Casulleras i Ambrós

Profesores:

- Joan Bou i Geli
- Josep Burgaya i Riera
- Josep Comas i Martínez
- Josefina Damián i Castellví
- Lluís Ferrer i Trullols
- Jesús López i López
- Rafa Madariaga i Sánchez
- Antoni Mora i Puigví
- Santiago Ponce i Vivet

Xavier Rambla i Marigot
Núria Sensat i Borràs
Teresa Serra i Devesa
Josep Terradellas i Cirera

Departamento de Contabilidad y Finanzas

Jefe de Departamento: Mercè Vidal i Vila

Profesores:

Núria Arimany i Serrat
Elisabet Paxau i Tura
Anna Pérez i Quintana
Carme Portet i Buxaderas
Anna Sabata i Aliberch
Ramon Vallbona i González
Carme Viladecans i Riera
Jesús Viñas i Vila
Manel Viver i Fabregó

Departamento de Organización y Empresa

Jefe de Departamento: Joaquina Vila i Arumí

Profesores:

Alejandra Aramayo i García
Ariadna Codina i Ylla
José Antonio Corral i Marfil
Josefina Damián i Castellví
Ramon Fabre i Vernedas
Josep M. Ferré i Trenzano
Ramon Gisbert i Gelonch
Fernando Gustavo Jaén
Noemí Morral i Palacín
Ramon Vidiella i Martorell

Departamento de Matemáticas e Informática

Jefe de Departamento: Robert Vendrell i Cirera

Profesores:

Jordi Casas i Vilaró
Josep Lluís García i Domingo
J. Raymond Lagonigro i Bertran
Joan Carles Martori i Cañas
Ramon Oller i Piqué
Anna Sabata i Aliberch
Xavier Vicente i Soriano
Albert Vicens i Escuer
Montserrat Vilalta i Ferrer

Departamento de Derecho

Jefe de Departamento: Miquel Genís i Serra

Profesores:

Fèlix Jurado i Escobar

Antoni Molas i Casas

Milagros Orozco i Hermoso

Dolors Palomo i Chinarro

Josep M. Reniu i Vilamala

Lourdes Vilardell i Bujons

Josefina Domènec i Rierola

Departamento de Idiomas

Jefe de Departamento: Joan Masnou

Profesores:

Gonzalo Calle i Rosingana

Jordina Coromina i Subirats

Carme Crivillés i Grau

Josep Gallart i Bau

Josefina Guix i Soldevila

Anna Masferrer i Giralt

M. Àngels Piñana i Garriga

M. Antònia Pujol i Famadas

Profesor colaborador: Josep M. Roma i Banús

Escala de Clasificación (Nacional y ECTS)

La escala de clasificación en España es numérica, del 0 al 10, con el 10 como nota máxima. En la Universidad se utiliza la escala siguiente:

Matrícula de Honor	10
Sobresaliente	9.0–9.9
Notable	7.0–8.9
Aprobado	5.0–6.9
Suspense	< 5.0

La escala de clasificación ECTS es una escala relativa, que intenta incrementar la claridad sin interferir el sistema de clasificación de las instituciones. Consiste en un uso combinado de palabras clave y de definiciones numéricas apropiadas, que entablan una relación entre los resultados positivos individuales de cada estudiante de manera específica, con aquellos de sus compañeros, de acuerdo con la tabla siguiente:

Nota ECTS	% de los estudiantes que normalmente alcanzan la nota	Definición
A	10	SOBRESALIENTE: resultado magnífico con errores de poca importancia.
B	25	NOTABLE: por encima de la media, pero con algunos errores.
C	30	NOTABLE: trabajo correcto en términos generales, pero con cierto número de errores.
D	25	APROBADO: correcto pero con carencias significativas.
E	10	APROBADO: los resultados satisfacen los criterios mínimos.
FX	-	SUSPENSO: se necesita un poco más de trabajo para obtener los créditos.
F	-	SUSPENSO: se necesita un trabajo significativamente mayor.

Asistencia Médica

La Facultad de Ciencias de la Salud ofrece un servicio para los estudiantes que requieren asistencia médica. Los estudiantes tendrán que contactar con el Dispensario Médico para concertar hora de visita. Las horas de visita se anunciarán a principio de curso.

Los estudiantes se beneficiarán de un seguro que cubre accidentes en actividades relacionadas directamente o indirectamente con los estudios. Todo estudiante queda obligatoriamente acogido a este seguro en el momento de formalizar la matrícula.

Coste de vida

A continuación detallaremos algunos costes estimados para un periodo de estudio de diez meses en la Universidad de Vic.

Alojamiento	25.000 ptas.*10	= 250.000 ptas
Comidas	30.000 ptas.*10	= 300.000 ptas

Otros ejemplos de gastos:

Periódico	125 ptas
Café	125 ptas
Cerveza	150 ptas
Entrada Cine	700 ptas
Menú restaurante	1.200 ptas
Billete Vic-Barcelona (tren)	500 ptas
Llamada de 3 minutos a un país europeo (tarifa más cara)	275 ptas

1 EURO = 166,386 ptas

Comunicaciones

La Universidad de Vic está situada en el centro de la ciudad, a cinco minutos de la estación de trenes y de autobuses.

El aeropuerto más cercano a Vic es el Aeropuerto Internacional de Barcelona «El Prat», a unos 70 km. Desde el aeropuerto salen trenes cada 30 minutos hacia la Estación de Sants (estación central de Barcelona). Desde la misma estación se pueden coger trenes directos a Vic cada hora por un precio aproximado de 500 ptas.

Cada 15 minutos salen autobuses a Plaza Cataluña, en el centro de Barcelona, y trenes cada 30 minutos. Hay trenes y autobuses que salen regularmente de Plaza Cataluña a Vic. El viaje dura aproximadamente una hora y media, y el precio es de unas 500 ptas.

Otras informaciones prácticas

Moneda y cambio

La unidad monetaria es la Peseta Española (1 EURO = 166,386 PTA). Se puede cambiar dinero en los bancos y cajas de ahorros (abiertas las mañanas de lunes a viernes de 8.15 a 14.00), en las oficinas de cambio de monedas situadas en las áreas turísticas y hoteles, campings y agencias de viajes.

Desde enero de 1999 los pagos con cheques o tarjetas de crédito se pueden realizar también en Euros.

Horarios comerciales

Los horarios comerciales habituales son de 9.30 ó 10h hasta la 13.30 ó 14.00h y de las 4 ó 4.30h hasta las 20.00h. Los grandes almacenes no cierran al mediodía y están abiertos hasta las 9.30 o 10h de la noche.

Teléfonos

Se pueden realizar llamadas nacionales e internacionales desde todas las cabinas telefónicas que acepten monedas y tarjetas. Las tarjetas se pueden adquirir en las oficinas de Telefónica o en los estancos.

Para llamar al extranjero hay que marcar 00 y el número con el prefijo del país. La información telefónica de España se dará en el número 1003 y la internacional en el 025.

Correos

Los sellos se pueden adquirir en las oficinas de correos y en los estancos. Las oficinas de correos abren sólo por las mañanas. Los buzones para la correspondencia son de color amarillo o rojo.

Asistencia sanitaria

Los centros asistenciales de cobertura pública atienden todas las urgencias sanitarias que puedan surgir. Para los estudiantes de la Unión Europea esta atención será gratuita. Para los demás el coste dependerá de si existe o no un acuerdo recíproco entre España y su país. No obstante, contacte por favor con su centro de sanidad local.

Farmacias

Las farmacias se pueden reconocer por una cruz luminosa de color verde o rojo. Aparte de los horarios habituales al comercio, hay un servicio de farmacia de guardia durante las 24 horas del día. Gran parte de los medicamentos se servirán sólo con receta médica.

Asistencia en carretera

Los más importantes servicios de asistencia en carretera son los siguientes:

TCF (Tel. 93 200 33 11)

Europ-Assistance (Tel. 93 280 44 22)

ANWB/AA/CARAVAN/CLUB (Tel. 93 478 18 88)

ADAC (Tel. 93 478 78 78)

DAS (Tel. 93 454 77 05)

Actividades de ocio

Vic es una ciudad muy activa. Durante todo el año se organizan muchas actividades culturales y ferias por parte de instituciones públicas y privadas. Las más famosas son el *Mercat del Ram* y un festival de música que dura cuatro días, el *Mercat de Música Viva*. Diversos cines y un teatro amplían la oferta cultural.

Gracias a la situación cerca de la costa y no muy lejos de los Pirineos, se pueden realizar diferentes actividades de ocio sin tener que realizar largos desplazamientos. También es interesante visitar la riqueza cultural y medio ambiental de la zona.

Para más información contactar con:

Punt Jove: puntjove@redestb.es

Oficina de Turismo: turisme@ajvic.es

Oficina de Servicios de Juventud: informa@ccosona.es

? (01-10-2001 / 16/11/01)

Horarios DEGI . Curso 2001-2002

1r. Cuatrimestre

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8:30 9:30			Economía Española y Mundial J. López		
9:30 10:30		Dirección y Gestión Empresarial A. Aramayo	Economía Española y Mundial J. López	Publicidad y promoción de ventas C. Flo Comercio Internac. E. Casulleras	Derecho Internacional M. Orozco
10:30 11:00	Pausa	Pausa	Pausa	Pausa	Pausa
11:00 12:00		Dirección y Gestión Empresarial A. Aramayo	Derecho Internacional M. Orozco	Publicidad y promoción de ventas C. Flo Comercio Internac. E. Casulleras	Derecho Internacional M. Orozco
12:00 13:00		L. Catalana I J. Coromina	Derecho Internacional M. Orozco	L. Castellana I C. Sanmartí	Economía Española y Mundial J. López
13:00 14:00	Publicidad y promoción de ventas C. Flo Comercio Internac. E. Casulleras	L. Catalana I J. Coromina	Dirección y Gestión Empresarial A. Aramayo	L. Castellana I C. Sanmartí	Economía Española y Mundial J. López
14:00 15:00	Publicidad y promoción de ventas C. Flo Comercio Internac. E. Casulleras		Dirección y Gestión Empresarial A. Aramayo		
15:30 16:30					
16:30 17:30					
18:00 19:00			Investigación de Mercados J.C. Martori		
19:00 20:00			Investigación de Mercados J.C. Martori		
20:00 21:00	Investigación de Mercados J.C. Martori				
21:00 22:00	Investigación de Mercados J.C. Martori				

26/11/01 - 29/01/02

2º Cuatrimestre

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	Economía II J. Tarradellas	Economía II J. Tarradellas		L Catalana II J. Coromina	Fiscalidad T. Mora
9:30 10:30	Economía II J. Tarradellas	Marketing A. Aramayo		L. Catalana II J. Coromina	Fiscalidad T. Mora
10.30 11.00	PAUSA	PAUSA	PAUSA	PAUSA	PAUSA
11.00 12.00	Fiscalidad T. Mora	Marketing A. Aramayo	Fiscalidad T. Mora	Economía II J. Tarradellas	
12.00 13.00		Finanzas Internacionales F. Damián	Marketing A. Aramayo	Finanzas Internacionales F. Damián	
13.00 14.00		Finanzas Internacionales F. Damián	Marketing A. Aramayo	Finanzas Internacionales F. Damián	
16.00 17.00		International Business Culture Varios prof.		International Business Culture Varios prof.	
17.00 18.00	L. Castellana II T. Julio	International Business Culture Varios prof.		International Business Culture Varios prof.	
18.00 19.00	L. Castellana II T. Julio	International Business Culture Varios prof.		International Business Culture Varios prof.	
19.00 20.00	Integración Europea J. Bou/LL. Ferrer	International Business Culture Varios prof.		International Business Culture Varios prof.	Integración Europea J. Bou/LL. Ferrer
20.00 21.00	Integración Europea J. Bou/LL. Ferrer				Integración Europea J. Bou/LL. Ferrer

Emplazamiento de la *Universitat de Vic*



