

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45605 TRIBUTACIÓN COMERCIAL

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria.

Créditos ECTS

6 ECTS.

Competencias que contribuye a desarrollar

G2. Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo de forma profesional en la dirección de marketing, la prospección de mercados o los sondeos de opinión, haciéndolo desde una perspectiva interdisciplinar e integradora de conocimientos, así como poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas en dicho campo.

G4. Poder transmitir, oralmente y por escrito, la pertinente información, identificación de problemas o solución para los mismos en relación con el marketing estratégico, transformación del entorno y las perspectivas de los mercados, haciéndolo de forma ordenada, concisa, clara sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica y dirigida a públicos especializados y no especializados.

G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y aprovechamiento.

2.2

Específicas

E4. Entender el comportamiento de los diversos tipos de cliente y de sus compras, en paralelo con el funcionamiento de los mercados de bienes y servicios, sus factores determinantes, la correspondiente estructura económica sectorial y las instituciones relevantes al respecto.

E6. Interpretar y aplicar las normas públicas que rigen las transacciones comerciales y su tributación, la protección de los consumidores o usuarios, el funcionamiento de los mercados de bienes y servicios y la regulación del sector comercial.

E8. Adquirir la formación básica para formular hipótesis, recoger e interpretar informaciones, asesorar a quien corresponda y resolver problemas en el ámbito del análisis de los mercados y el marketing estratégico, siguiendo el método científico y mediante la aplicación de los enfoques analíticos, instrumentos matemáticos, métodos estadísticos (univariantes o multivariantes) y técnicas de previsión correspondientes.

E10. Investigar e interpretar los comportamientos de compra, la evolución de los mercados de bienes y servicios, la estructura de los sectores económicos y las estrategias empresariales generales y de marketing, en conexión con el entorno social, tecnológico, cultural, jurídico e institucional en el que se desarrollan y teniendo en cuenta su vertiente histórica y ética.

E11. Detectar, especificar y resolver problemas relacionados con la investigación de mercados, los sondeos de opinión y la dirección de marketing, en el marco de la adopción de decisiones, la elaboración de informes o las actividades de consultoría al servicio de diversos tipos de organizaciones.

E13. Analizar estados financieros de clientes, proveedores, socios comerciales o competidores, así como calcular costes de productos, interpretar indicadores útiles para el control de gestión y evaluar la rentabilidad aportada por un cliente o un proyecto.

E15. Reunir, seleccionar y aprovechar diferentes fuentes primarias de información (bibliográficas, estadísticas, económicas, comerciales, demográficas, etc.) mediante diversas herramientas, incluyendo los recursos telemáticos, así como diseñar, organizar, efectuar la recogida de datos y utilizar éticamente las informaciones procedentes de fuentes secundarias, asegurando su fiabilidad y teniendo en cuenta el coste y los objetivos de la investigación del mercado.

E17. Demostrar capacidad para el trabajo en equipo, exhibiendo habilidades para coordinar personas, organizar tareas y alcanzar objetivos, a la vez que sabiendo aceptar o refutar razonada y sólidamente los argumentos de los demás, para contribuir con profesionalidad al buen funcionamiento organizativo del grupo y al desarrollo humano de sus miembros.

E18. Aprender a administrar de forma eficiente el tiempo, tanto en el trabajo en individual como en las tareas en grupo, así como planificar, organizar y utilizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para liderar procesos, adoptar decisiones y , en su caso, afrontar dificultades.

E20. Demostrar capacidad analítica e intelectual, competencia en el manejo de responsabilidades y habilidad para trabajar con una supervisión mínima, así como desarrollar un espíritu crítico ante el saber establecido.

2.3

Transversales

T1. Capacidad para comunicarse de forma fluida, tanto oral como escrita, en castellano.

T3. Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's).

T4. Demostrar capacidad intelectual para el pensamiento analítico y la interpretación económico-empresarial de documentos, bases de datos e informaciones sociales, así como desarrollar un espíritu crítico ante el saber establecido.

T5. Adquirir capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo, sobre la base del respeto mutuo.

T6. Aprender a gestionar de forma eficiente el tiempo, tanto en el trabajo individual como en equipo, así como planificar y organizar los recursos disponibles, estableciendo prioridades y demostrando capacidad para tomar decisiones y afrontar dificultades cuando éstas aparezcan.

T8. Desarrollar una actitud favorable al cambio y poseer una alta capacidad de adaptación (flexibilidad).

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Conocer y comprender los conceptos impositivos.
- Tener un conocimiento general del Sistema Fiscal Español para situar los impuestos objeto de estudio en este semestre académico.
 - Interpretar y aplicar la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido
 - Saber liquidar el Impuesto sobre el Valor Añadido.
 - Interpretar y aplicar, básicamente, la normativa reguladora en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, en especial, lo referente a los rendimientos por actividades económicas.
 - Ser capaz de elaborar las pertinentes declaraciones-liquidaciones del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas de los rendimientos empresariales.
 - Interpretar y aplicar la normativa reguladora del Impuesto sobre Sociedades.
 - Saber liquidar el Impuesto sobre Sociedades.

Contenidos

EL SISTEMA FISCAL ESPAÑOL

El Sistema Fiscal Español

Principios del Sistema Tributario

Normas que regulan el Sistema Tributario

LOS TRIBUTOS

Características y clasificación

Tasas y precios públicos

Contribuciones especiales

Impuestos

Clasificación de los impuestos

CONCEPTOS IMPOSITIVOS

Hecho imponible

Sujeto pasivo

Base imponible. Base liquidable

Comprobación de valores

Tipo de gravamen

Cuota tributaria. Deducciones

Deuda tributaria

Prescripción de la deuda tributaria

Liquidaciones tributarias

SISTEMA FISCAL ESPAÑOL

Impuestos directos

Impuestos indirectos

Tributos cedidos a las Comunidades Autónomas

Imposición local

EL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

Aspectos generales del Impuesto.
Rendimientos de actividades económicas. Los regímenes de determinación del rendimiento neto.
EL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES
Aspectos generales y elementos estructurales del impuesto.
Determinación de la base imponible.
Liquidación del Impuesto
Los regímenes especiales

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clase magistral sobre contenidos teóricos.
Resolución de problemas y estudio de casos.
Tutoría individual y/o grupal.
Estudio y trabajos individuales y/o en grupo.
Actividades externas consistentes en la asistencia a conferencias o jornadas científicas relacionadas con la materia impartida.

Criterios y sistemas de evaluación

- Registros de observación sistemática de actividad.
- Resolución de problemas y entregas de casos prácticos.
- Entregas de trabajos individuales y/o trabajos en grupo.
- Prueba escrita final.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO

PESO EN LA NOTA FINAL

OBSERVACIONES

Registros de observación sistemática de actividad

10%

Aplicación a lo largo de todo el período de impartición de la asignatura.

Análisis de casos. Trabajos individuales y trabajos en grupo

10%

Entrega y valoración de casos prácticos y de trabajos individuales y/o en grupo, en los plazos establecidos.

Examen final: prueba de desarrollo escrito.

80%

Prueba y valoración sobre aspectos teóricos del programa y resolución de casos.

Se exigirá aprobar el examen final (4 sobre 8) para poder superar la asignatura, tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Tutorías en el horario fijado para el curso académico.

Calendario y horario

El horario de la asignatura está publicado en la página web de la facultad en el periodo de las 15 semanas destinadas a la docencia en el Centro.

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teóricas

24

Estudio y trabajo autónomo individual

40

Clases prácticas de aula (A)

34

Estudio y trabajo autónomo grupal

20

Laboratorios (L)

Seminarios y tutorías/Otras actividades

Evaluación

2

Total presencial

60

Total no presencial

90

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Profesora Titular de Universidad.
Departamento de Economía Aplicada.
Sección de Fiscalidad
Despacho 431
Universidad de Valladolid

Idioma en que se imparte

Castellano.
