Fundamentos de administración de empresas

Curso Académico: (2018 / 2019) **Fecha de revisión: 07-05-2018**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: ZARRAGA OBERTY, CELIA MARIA

Tipo: Formación Básica Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

OBJETIVOS

Los tres objetivos generales del curso son: (1) explorar la práctica de la Dirección de Empresas; (2) examinar la lógica y la forma en que organizaciones y empresas responden a los retos actuales, y (3) investigar cómo desarrollan y mantienen ventajas competitivas en un entrono cambiante influenciado por factores económicos, políticos, sociales y culturales.

Los objetivos formativos de este curso son los siguientes:

- Explicar los conceptos, modelos y técnicas asociados a la Dirección y Administración de Empresas y las diferentes disciplinas integradas.
- Interpretar y analizar el contexto en el que empresas y organizaciones desarrollan sus actividades.
- Aplicar sistemas de medición relevantes para las diferentes áreas funcionales de la empresa y que contribuyen a la identificación y resolución de problemas.
- Comprender el proceso de planificación en la empresa.

A su vez, los estudiantes tendrán que desarrollar las siguientes capacidades:

- Conocer cómo se administra una empresa.
- Diferenciar el concepto de empresa y empresario.
- Analizar las empresas a partir de sus áreas funcionales.
- Desarrollo de un pensamiento crítico aplicado a la recogida, análisis e interpretación de problemas en la empresa.
- Demostrar la habilidad para comunicarse por escrito y oralmente.

Las competencias profesionales a adquirir por los estudiantes son:

- Aplicación de los conocimientos de la Dirección de la Empresa a la resolución de problemas prácticos actuales.
- Explorar los factores que determinan el éxito y fracaso de las empresas.
- Aplicación de herramientas de planificación que mejoran el rendimiento individual y colectivo.
- Aplicar las diferentes funciones básicas de la Dirección de Empresas incluyendo la planificación, la organización, la dirección y el control.
- Capacidad para integrar los conceptos de Dirección, Organización, Finanzas, Operaciones y Marketing en la resolución de problemas concretos.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Es un curso introductorio donde se pretende proporcionar al alumno los conceptos básicos de la empresa; así como identificar las áreas funcionales de ésta y las principales decisiones que se toman en cada una de ellas. El alumno una vez cursada dicha asignatura debería tener conocimientos de cómo se administra una empresa. Se pretende una revisión introductoria a las funciones de dirección, financiación, producción y marketing, sin olvidar temas de tanta importancia como la naturaleza de la empresa y su entorno, y los instrumentos para la toma de decisiones.

1. Conceptos generales
2. La empresa: tipos y objetivos
3. La función de producción
4. La actividad de marketing
5. La función financiera
6. La dirección de la empresa

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Las competencias de conocimiento y actitudes serán adquiridas a través de lecciones magistrales, la resolución de casos por parte de los estudiantes y que serán entregados al profesor y corregidos conjuntamente en clase, y la realización de las prácticas correspondientes. Las clases magistrales tienen como objetivo la adquisición por parte de los estudiantes de la formación técnica necesaria. La comprensión de la materia se refuerza a través de ejercicios y casos de situaciones reales.

Los 6 créditos ECTS de la asignatura se distribuyen en: 3 créditos asignados a clases presenciales, 2 créditos correspondientes al trabajo individual, resolución de ejercicios y participación en las actividades que integran la asignatura, y 1 crédito de trabajo personal para la resolución de casos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura se divide en dos partes:
- Evaluación continua (50%). Fruto de los resultados obtenidos a lo largo del curso por la realización de: las actividades prácticas que se irán planteando en las sesiones de clase (10%), los controles de evaluación parcial que se realizarán (15%) y el desarrollo en grupo de un "plan de empresa" (25%).
- Examen final (50%). De contenido teórico-aplicado, su objetivo es comprobar el grado en que las competencias y conocimientos han sido adquiridos por el estudiante. Es obligatorio realizarlo y obtener una puntuación mínima de 4 puntos sobre 10 para poder superar la asignatura.

Peso porcentual del Examen Final:	50
Peso porcentual del resto de la evaluación:	50

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Cuervo García, A. (2008) Introducción a la Administración de Empresas, Civitas.
- Iborra, M., Dasí, Á., Dolz, C., Ferrer, C. (2007) Fundamentos de Dirección de Empresas., Thomson.
- Muñoz Bullón, F. y Sánchez Bueno, M.J. (2010) Dirección de Empresas: Nociones Teóricas y Ejercicios Prácticos, Cívitas (Navarra).
- Schoell, W.F., Dessler, G., Reinecke, J.A. (1993) Introduction to Business (7th ed.), Allyn and Bacon.
- Sánchez Gómez, R. y González Benito, J. (2012) Administración de Empresas: Objetivos y decisiones, McGraw Hill.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Barroso, C., Casillas, J.C., Vecino, J., Villegas, M.M., Calvo, A., Domínguez, M. y Picón, A. (2008) Problemas de economía de la empresa., Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.).
- Bonache, J. y Cabrera, A. (2006) Dirección de Personas: Evidencias y perspectivas para el siglo XXI, Prentice Hall.
- Bueno Campos, E., Cruz Roche, I. y Durán Herrera, J.J. (1989). Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales., Ediciones Pirámide, S.A..
- Castillo Clavero, A.M., Abad Guerrero, I.M. y Rastrollo Horrillo, M.A. (2007) Casos prácticos de administración y dirección de empresas., Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.).
- González Domínguez, F.J. y Ganaza Vargas, J.D. (dir) (2007) Principios y fundamentos de gestión de empresas., Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.).
- Grant, R.M. (2006) Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones, Thomson.
- Martín Armario, E., Galán González, J.L., Barroso Castro, C. y Cassío Silva, F.J. (1996) Problemas de economía de la empresa., Ediciones Pirámide, S.A..
- Mayñar Mariño, P. (dir) (2008) La economía de la empresa en el espacio de educación superior, McGraw Hill.
- Miranda Oliván, A.T. (2004). Cómo elaborar un plan de empresa., Colección negocios. Thomson..
- Moyano Fuentes, J., Bruque Cámara, S. y Fidalgo Bautista, F.A. (2002) Prácticas de Organización de Empresas., Prentice Hall (Pearson Education, S.A.).
- Pérez Gorostegui, E. (2010) Curso de Introducción a la Economía de la Empresa, Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Pérez Gorostegui, E. (2010) Casos Prácticos de Introducción a la Economía de la Empresa, Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Straub, J.T. and Attner, R.F. (1991) Introduction to Business (4th ed.), PWS-KENT Publishing Company.