

Curso Académico: (2019 / 2020)

Fecha de revisión: 23-04-2019

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

Coordinador/a: ZARRAGA OBERTY, CELIA MARIA

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 2 Cuatrimestre : 1

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

No se presupone el conocimiento de asignaturas previas

OBJETIVOS

El desarrollo de la asignatura Introducción a la Empresa responde a los siguientes objetivos: explorar la práctica de la Dirección de Empresas, examinar la lógica y la forma en que organizaciones y empresas responden a los retos actuales dentro de un entorno cambiante, así como identificar las principales decisiones que se toman en las diferentes áreas funcionales que la integran.

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.
- Analizar críticamente los problemas a los que se enfrentan las empresas.
- Desarrollar 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.
- Aplicar las diferentes funciones básicas de la Dirección de Empresas incluyendo la planificación, la organización, la dirección y el control.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Es un curso introductorio que 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.

1. Conceptos generales
 - 1.1. Concepto y naturaleza de la empresa
 - 1.2. La empresa y sus tipos
 - 1.3. La dirección de la empresa
2. La Función de Producción
 - 2.1. La función de producción. Concepto y objetivos
 - 2.2. Tipos de sistemas productivos
 - 2.3. Planificación y control del sistema productivo
3. La Función de Marketing
 - 3.1. La función de marketing en la empresa
 - 3.2. Segmentación de mercado y posicionamiento del producto.
 - 3.3. Decisiones de marketing-mix
4. La Función Financiera
 - 4.1. Estructura económica y financiera de la empresa

- 4.2. La estructura financiera de la empresa
- 4.3. Análisis de rentabilidades y apalancamientos
- 4.4. La decisión de inversión

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 y la discusión de lecturas por parte de los estudiantes, que serán entregados al profesor y corregidas conjuntamente. 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, así como por la realización de un trabajo final.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura se divide en dos partes:

- Evaluación continua (40%). 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 (20%) y la realización de dos controles de evaluación parcial (20%).
- Examen final (60%).

Es obligatorio realizarlo y obtener un mínimo de 4 puntos sobre 10 para superar la asignatura.

Peso porcentual del Examen Final:	60
Peso porcentual del resto de la evaluación:	40

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Cuervo García, A. Introducción a la Administración de Empresas, Civitas, 2008
- Iborra, M., Dasí, A., Dolz, C., & Ferrer, C. Fundamentos de Dirección de Empresas, Thomson, 2007
- Schoell, W.F., Dessler, G., & Reinecke, J.A. Introduction to Business (7th Edition), Allyn and Bacon, 1993

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Barroso, C., Casillas, J.C., Vecino, J., Villegas, M.M., Calvo, A., Domínguez, M. y Picón, A. Problemas de economía de la empresa., Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.), 2008
- Bueno Campos, E., Cruz Roche, I. y Durán Herrera, J.J. Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales., Ediciones Pirámide, S.A., 1989
- Maynar, P. La Economía de la Empresa en el Espacio de Educación Superior., McGraw-Hill, 2007
- Pérez Gorostegui, E. Casos Prácticos de Introducción a la Economía de la Empresa, Editorial Universitaria Ramón Areces, 2010
- Sánchez Gómez, R. y González Benito, J. Administración de Empresas: Objetivos y decisiones. , McGraw Hill. , 2012