

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 18/04/2023 22:29:16

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Ingeniería Mecánica

Coordinador/a: NIETO SANCHEZ, MARIA JESUS

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 entorno 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

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

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

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 (25%) 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 un mínimo de 4 puntos sobre 10 para poder superar la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Cuervo García, A. (2008) Introducción a la Administración de Empresas, Civitas.
- Rodríguez-Márquez, A., Nieto, MJ., Fernández, Z. y Revilla, A. (2014) Manual de Creación de Empresas, Thomson Reuters.
- 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.).
- 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.).
- Grant, R.M. (2006) Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones, Thomson.
- Pérez Gorostegui, E. (2010) Curso de Introducción a la Economía de la Empresa, Editorial Universitaria Ramón Areces.