

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Administración y Dirección de Empresas		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales		
Asignatura:	Organización y Administración de Empresas II		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	2	Código:	7124
Periodo docente:	Tercer semestre		
Materia:	Organización de la Empresa		
Módulo:	Dirección General y Estratégica de la Empresa		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Ignacio Temiño Aguirre	i.temino.prof@ufv.es
José Luis Gómez Lega	joseluis.gomez@ufv.es
Rafael Alé Ruiz	r.ale.prof@ufv.es
Juan Pérez-Miranda Castillo	j.perezmiranda@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Definición del concepto de sistema socio-económico-político, empresa y de empresario y su evolución temporal.

Definición de entorno de la empresa y de su consideración tanto desde la perspectiva externa como desde la interna.

Definición y descripción de las áreas funcionales de la empresa. Visión holística de la empresa

Definición, descripción y funcionamiento de los sistemas constitutivos de la empresa.

Definición, descripción y funcionamiento de las principales áreas funcionales de la empresa: operaciones, marketing y ventas.

La asignatura, en su conjunto, puede dividirse en cinco partes.

La primera parte es una introducción y una base conceptual de la empresa en la que se presentan los hechos que la caracterizan como la realidad socioeconómica-política que es en la actualidad. La consideración de la evolución temporal de ésta realidad se toma como estribo para comenzar a exponer las principales funciones que hacen que la empresa sea un elemento importante del sistema socio-económico-político referido, como lo es la función directiva en la empresa, tan unida a la figura del empresario. En ambos casos se exponen las relaciones que existen con la antropología en cuanto que fundamento del comportamiento del empresario y de su estilo de dirección y de la propia función directiva.

En la segunda parte se amplía el campo de la atención del alumno dirigiéndola en concreto hacia el entorno de la empresa. La realidad socio-económica-política que la empresa forma una organización socio-técnica abierta basada en el conocimiento, en su esencia está la relación con otras realidades socio-económicas, algunas similares, que son las que nos interesan en esta asignatura, y otras disimilares que supondrán el núcleo de otras asignaturas de otros módulos del Grado en Administración y Dirección de Empresas. Después de definir lo que entendemos por entorno tanto interno como externo, se usa este concepto como base para identificar, en líneas generales, el mercado y justificar la competitividad como mecanismo de evolución de la empresa en su entorno de cara a la consecución de su fin que no es sino la maximización de la generación de riqueza. Definido éste mecanismo, se introduce la Dirección Estratégica como la función empresarial que se encarga de la implementación práctica de los medios necesarios para lograrlo y se analizan las macro funcionalidades estratégicas de la empresa que, más adelante, en la asignatura Estrategia y Estructura de la Empresa, se profundizarán.

En la tercera parte el alumno es invitado a profundizar en lo que significa la estructura de la empresa en su sentido amplio y en las implicaciones que dicha estructura tiene sobre el propio funcionamiento de la empresa. Dado el punto de vista de esta asignatura, la estructura de la empresa se presenta no solo como lo que permite que la estrategia diseñada funcione sino se presenta una visión holística de la empresa (relacionados con el diseño de la organización) señalándose las diferentes posibilidades que existen en lo referente a las soluciones orgánicas (organización y relaciones de empresa). El alumno aprende que la realidad socio-económica-política de la empresa induce el hábitat donde vive y se desarrolla, y que dado un determinado entorno, la empresa debe adoptar diferentes formas orgánicas para adaptarse óptimamente a dicho entorno y generar la máxima riqueza, el directivo deberá elegir la estructura más adecuada en base a los objetivos de la empresa y en concordancia con el ejercicio ético de su profesión.

En la cuarta parte, se invita a que los alumnos profundicen un poco en los aspectos funcionales más destacados de la empresa como son el gobierno de las personas, la cultura de la empresa, la forma en la que se toman las decisiones en la empresa y la manera formal en la que el directivo pone en práctica su gestión: el sistema de dirección de la empresa. Como es lógico, cada uno de los aspectos constituye el inicio de asignaturas más específicas dentro del Grado en Administración y Dirección de Empresas.

En la quinta parte el alumno es invitado a que conozca los pilares básicos de dos de las áreas fundamentales de la empresa como son el área de operaciones y el área de marketing-ventas. La aproximación a estas áreas no es la clásica, producción y comercial, sino que siguiendo el hilo conductor de la asignatura que se especificó en la segunda parte, se contempla la empresa como una organización socio técnica abierta basada en el conocimiento en la que todas las actividades que se realizan están ordenadas a la consecución de un mismo fin, plasmado en la misión de la empresa. En este sentido las operaciones y el marketing deben diseñarse de forma que ayuden a aumentar la generación de ventaja competitiva sostenible en el tiempo, lo que en última instancia permitirá el cumplimiento de los objetivos de la propia empresa en tanto que organización de personas.

OBJETIVO

Familiarizar al alumno con la operativa de los distintos sistemas de la organización empresarial y con el contenido de las áreas funcionales en la empresa así como con las interrelaciones existentes entre los diferentes sistemas y áreas funcionales en la empresa y con el entorno a fin de que la empresa cumpla con su fin.

Identificar como fuente de riqueza para la empresa no sólo los aspectos patrimoniales, sino también los implícitos en las personas que trabajan en la misma.

Comprender el significado de la competitividad en su aplicación a la empresa. Comprender asimismo la función de la competitividad en la generación de valor para los stakeholders y del círculo virtuoso en la empresa. Comprender el modelo de empresa como una organización sociotécnica abierta basada en el conocimiento y las implicaciones que conlleva en áreas empresariales como gestión, habilidades directivas y misión de la empresa.

Fundamentos de Organización y Administración de Empresas

Se comienza definiendo la organización como un conjunto de personas que trabajan para obtener resultados que

interesan a todos pero por motivos diferentes. Seguidamente se presenta una mirada a la realidad en la que en cualquier ámbito son las organizaciones las que median entre las personas y cualquier función de la sociedad. Por tanto, la empresa es uno de los elementos de la sociedad y como cualquier organización debe estar diseñada con un objetivo concreto y con una misión específica lo que hace que necesite procedimientos, normas y dirección para su cumplimiento. De las posibles concepciones orgánicas que esta organización que es la empresa puede adoptar seguimos la visión sistémica por ser la usada como base para la administración de empresas hoy día, la empresa se contempla como una totalidad armónica en la que el conjunto vale más que las partes gracias a las sinergias que se generan.

La empresa y su entorno, interno y externo

La empresa es una organización de un tipo particular: económica, que debe producir bienes y servicios con ánimo de lucro, si bien no es lo único que debe generar. Esa necesidad de generar un beneficio en su actividad es la que hace que la empresa esté mirando continuamente al mercado, que en una primera aproximación, puede decirse su entorno externo. En esta perspectiva externa el énfasis se pone en la planificación y subyace una analogía mecánica. Sin embargo, la empresa está formada también por un conjunto de personas que tienen entre sí relaciones formales e informales y que hacen imposible entender los procesos que se dan en la empresa, son la razón de que la empresa no sea sólo una función técnica.

La estructura de la empresa: organización socio técnica abierta basada en el conocimiento

Es precisamente porque la empresa está formada por personas, es una organización, por lo que la empresa debe tener varias áreas funcionales que le permitan conseguir su fin. En teoría de sistemas se habla del sistema técnico, del sistema humano, del sistema de dirección, del sistema cultural y del sistema político de la empresa. La estructura es la disposición y las relaciones que existen entre los diferentes sistemas que forman la empresa de forma que su actuación maximice la generación de riqueza, que es el fin de toda empresa.

El funcionamiento de la empresa

No cualquier organización funciona como una empresa. Las empresas tienen elementos característicos: una definición operacional del propósito de la empresa, incluyendo la satisfacción de las personas de la empresa, una definición de las actividades necesarias para lograr el propósito, incluyendo la comunicación y la motivación y una forma de poner en práctica el propósito de la empresa, técnicas instrumentales de operaciones, marketing, finanzas; formación de los empleados. Todo lo anterior debe estar dirigido, debe existir un responsable de la ejecución y coordinación de los elementos anteriores, quién además debe incluirlos en la cultura de la organización y mantenerlos en el tiempo.

Las áreas funcionales de la empresa: operaciones y marketing-ventas

La empresa es una organización socio técnica abierta basada en el conocimiento de naturaleza interdisciplinar. Al ser la empresa una unidad, todas y cada una de sus áreas funcionales o sistemas es importante, sin embargo son dos los que usan un mayor número de recursos para que la empresa cumpla con su fin: operaciones y marketing-ventas. Estos sistemas son además el origen de un número muy elevado de capacidades de la organización, por lo que la administración de empresa necesita conocerlos bien.

La realidad socioeconómica que es la empresa precisa ser analizada desde varias perspectivas a fin de diferenciar las diversas etapas de su desarrollo como parte del sistema socio-económico-político-empresarial. Este análisis se inicia en esta asignatura a partir de la primera revolución industrial, puesto que es el momento histórico en el que comienzan a estar presentes en la empresa elementos que perduran en la actualidad. Especial atención se presta a la figura del directivo/emprendedor de empresa y a la función directiva por ser uno de los pilares de la empresa actual y una figura a la que nuestros alumnos están llamados. El directivo de empresa, en tanto que persona que representa la visión de la empresa y planifica las acciones que la lleva a cumplir su misión, requiere de conocimientos teóricos y prácticos excelentes así como de una sólida antropología que sustente sus acciones conforme a la ética y el bien común.

La empresa como una organización socio técnica abierta basada en el conocimiento que se relaciona con su exterior y que debe también hacerlo con sus proveedores, clientes, accionistas y empleados (sus stakeholders) induce la consideración de los límites de la organización (entorno interno) y por exclusión, de lo que está fuera de la misma, su entorno externo. Es en el entorno donde la empresa establece sus relaciones con otras organizaciones de igual o diferente naturaleza que también están presentes y que, junto con las relaciones que establecen entre ellas, forman el mercado en sentido amplio. La condición de posibilidad de continuidad en el tiempo de la empresa es que genere beneficios tangibles, sin embargo hay que considerar como parte de la planificación estratégica de la empresa la generación de otro tipo de beneficios no tangibles, aunque igualmente importantes para la consecución del fin de la empresa. Ambos tipos de beneficios se engloban en el concepto de riqueza.

Para que la empresa pueda cumplir su fin el directivo debe atribuir a cada unidad funcional sus metas particulares y debe revisar continuamente la forma de conseguir las en la práctica. Si el directivo logra diseñar y construir una cultura de empresa en la que si uno de los stakeholders gana, todos los stakeholders, y no sólo algunos, ganan habrá implementado el círculo virtuoso en el actuar de la empresa. Sin el conocimiento comparativo de las diversas estructuras organizacionales posibles en cuanto a propiedad, forma orgánica y funcionalidades de cada elemento de la organización la empresa puede no resultar viable.

Ya se ha revisado el conjunto de elementos que componen la organización que es la empresa, su anatomía. La realidad de la empresa es dinámica, por lo que su funcionamiento no puede comprenderse más que de forma holística, incluyendo las relaciones entre las partes y la explicación de su funcionamiento como una unidad, la fisiología de la empresa. Es desde esta perspectiva holística que se analiza a la empresa y se diferencian los distintos subsistemas de la organización que es como las personas, la forma en la que se toman las decisiones, la manera en la que se ejerce el liderazgo o la manera en la que la empresa se comunica con sus stakeholders.

La concepción holística de la empresa lleva implícito el que el todo que es la empresa precise de las partes y de

las relaciones entre las mismas para conseguir sus objetivos: sin el conocimiento detallado de las partes es imposible diseñar y construir una empresa viable y sostenible en el tiempo. Dos de las partes fundamentales de toda empresa son la que fabrica productos para su venta en el mercado y la que debe determinar qué producto es el que el mercado comprará. El área de Operaciones y el área de marketing se analizan críticamente desde diferentes puntos de vista de cara a su integración en la realidad de la empresa.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

La asignatura en cuanto a sus contenidos son complementarios a otra previamente cursada por los alumnos como es Organización y Administración de Empresas I.

CONTENIDOS

TEMA 1: LA EMPRESA COMO REALIDAD SOCIOECONOMICA.

Análisis microeconómico.
Análisis macroeconómico.
La empresa como sistema.
Los subsistemas.
El entorno de la empresa.
Genérico.
Específico.

TEMA 2: EL CONCEPTO DE EMPRESA Y SU EVOLUCIÓN

¿Que es una empresa?.
Las Expectativas de la Empresa.
Conceptos de Inversiones Empresariales.
¿Cómo nace una empresa?.
La Empresa ante los Retos del siglo XXI.
Caso Particular de la Entidades Financieras Españolas.

TEMA 3:EL EMPRESARIO. LA FUNCIÓN DIRECTIVA

Conceptos de Empresa.
El empresario y la toma de decisiones.
El Beneficio económico y su función.
Un apunte de Cuenta de Resultados.
El paradigma de superación de expectativas: Las personas.

TEMA 4:LA EMPRESA Y SU RELACIÓN: EL MERCADO

La Empresa y su relación con el Mercado.
¿Cómo y para que nace una empresa?.
El Mercado.
La estrategia de Desarrollo.
La Organización.
El Plan Financiero.
El Empresario y su retorno Social .
Conclusiones empresariales en el momento actual.

TEMA 5: LA COMPETITIVIDAD

El Entorno competitivo en el mundo actual de los negocios. EL CAMBIO
La Transformación de la Empresa.
Su Proyecto de Empresa.
Peligros para la Creación de Valor en la empresa.
Tendencias de los Mercados.
El Reto de la Competitividad.
La Productividad.
El Tiempo y la productividad.

TEMA 6: INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.

La naturaleza de la Dirección Estratégica.
Concepto y niveles de la estrategia.
El proceso de la Dirección Estratégica.
Evolución y enfoques de la Dirección Estratégica.
Enfoques del proceso de decisión estratégica.
La creación de valor y los grupos de interés.

La creación de valor como objetivo de la empresa.
Los Stakeholders o grupos de interés en la empresa.
El gobierno de la empresa.
Los objetivos y los valores de la empresa.
La misión y el propósito estratégico
Los objetivos estratégicos.
La responsabilidad social de la empresa
Concepto de ética de los negocios y justificación de su estudio.

TEMA 7: LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA: ASPECTOS ESTRUCTURALES

El diseño de la estructura organizativa.
La Dirección de la empresa y el liderazgo.
Gestión de los Recursos Humanos.
La cultura organizativa, corporativa.

TEMA 8: LAS FORMAS Y CLASES DE EMPRESAS

Modelos Tradicionales. Formulas Unitarias-Simples.
Lineal, Funcional, Adhocracia
Métodos Tradicionales. Formulas Múltiples- complejas
Funcional, Matricial, Divisional, Colegial
Métodos de desarrollo y Cooperación Empresarial.
La cooperación entre empresas.
Tipos de acuerdos.
Franquicias
Licencias.
Subcontratación. Outsourcing
Spin Off.
Consortios
Acuerdos accionariales.
La dirección de los acuerdos de cooperación.

TEMA 9: LA ESTRUCTURA DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

La ruptura institucional:
Separación entre propiedad y control.
Concepto de estructura de propiedad:
Grupos de propiedad.
Clases principales de control en la empresa
Estructura de un grupo empresarial

TEMA 10: EL SISTEMA HUMANO EN LA EMPRESA. LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

Introducción.
La motivación.
El liderazgo.
La comunicación.
El Reclutamiento, Selección y Formación del personal.
La evaluación del Rendimiento, Sistemas de Recompensa e Incentivos.

TEMA 11 EL SISTEMA CULTURAL Y POLITICO DE LA EMPRESA.

La Cultura Corporativa y el Clima.
La Cultura y el Clima Organizacional.
El Gobierno Corporativo de la Empresa. GC
La Base del GC, Objetivos, los grupos de interés.
Dimensiones del GC y Diferentes enfoques.
Tendencias Internacionales del GC.

TEMA 12: EL SISTEMA DE DECISIÓN EN LA EMPRESA.

Introducción a la planificación.
Los objetivos.
El Control de Gestión.
El Cuadro de Mando Integral. CMI
La Presupuestación. Control.
PPBS (Planificación a largo plazo)
PBC (Presupuesto Base Cero)
El sistema de información. Datos e información.

Tema 13: EL SISTEMA DE DIRECCIÓN EN LA EMPRESA

Estrategia corporativa y creación de valor
Las Unidades Estratégicas de Negocio (UEN)
Modelos básicos de dirección de empresas diversificadas
Las corporaciones y los grupos de empresas.

TEMA 14. ÁREA DE PRODUCCIÓN: OPERACIONES

La Función de Producción.
Fuerzas del Mercado y Proceso de ajuste.
Características de la Oferta para Retener clientes.

Las decisiones financieras en la empresa.

TEMA 15. ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN: MARKETING Y VENTAS

El Cliente.

Un apunte de la estrategia comercial de éxito. Nueva Orientación.

Perfiles de Clientes.

La Actividad del Marketing.

Una nueva Orientación Comercial.

La Política Comercial.

Política de Compras y de Ventas.

Política de Precios.

El Control de las Ventas. Índices

ACTIVIDADES FORMATIVAS

El grado de ADE en la Universidad Francisco de Vitoria tiene por objetivo formar futuros profesionales de empresa capaces de mejorar la sociedad y el entorno empresarial con su buen hacer, aplicando en cualquier ámbito de su vida futura nuestro lema "Vince in Bono malum", vence al mal con el bien.

Para ello, nuestros alumnos recibirán una completa formación en todos los ámbitos de la realidad empresarial. A saber:

-Formación en las técnicas y herramientas de gestión empresarial, entre ellas la Organización y Administración de la Empresa.

-Formación cultural que le permita ver el entorno con amplia perspectiva histórica.

-Formación para fomentar el trabajo en equipo, entendido como un grupo de personas que comparten una organización, una misión, una historia, un conjunto de metas u objetivos y de expectativas en común.

-Formación para desarrollo.

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Clases Expositivas: Exposición de una visión descriptiva del contenido de la asignatura incidiendo, por parte del profesor, en aquellos conceptos clave para la comprensión del mismo. El estudiante podrá participar, a criterio del profesor, en la preparación de algunos temas teóricos. En cualquier momento, los alumnos pueden exponer sus dudas o aportar sus puntos de vista, bien espontáneamente, bien a requerimiento del profesor si la dinámica de la clase lo requiere. Asimismo, se le indicará al alumno aquellos recursos más recomendables para la preparación posterior del tema en profundidad, incluidos una selección de sitios Web de interés para cada uno de los temas que se vean en clase. También se usará la actualidad como fuente de información para iniciar al alumno en el análisis de la información útil en la toma de decisiones en la empresa. Para complementar lo anterior se usará en esta asignatura un modelo informático de simulación empresarial adecuado al nivel del curso, en el que los alumnos pueden experimentar el resultado de decisiones sobre parámetros empresariales y analizar dicho resultado desde la óptica de la maximización de la riqueza, fin de la empresa.

En las clases expositivas se pretende que el alumno adquiera las siguientes competencias:

-Capacidad de organización y planificación para la administración y dirección de empresas.

-Desarrollar la comunicación oral y escrita en lengua nativa y extranjera

-Saber interrelacionar todas las áreas funcionales de la empresa.

-Identificar el vocabulario técnico relacionado con las distintas disciplinas

Resolución de supuestos: el estudiante se enfrenta, en función del tema, con supuestos prácticos que tiene que resolver con la ayuda del profesor que se encargará de guiarle en todo momento.

En el estudio de supuestos se pretende que el alumno refuerce las siguientes competencias:

-Capacidad de aprendizaje autónomo.

-Saber interrelacionar todas las áreas funcionales de la empresa

-Ser capaz de aplicar los conocimientos a la práctica.

-Describir y ejercitar el contenido y proceder de las herramientas del trabajo universitario: comentario de texto, análisis, síntesis y elaboración de un trabajo de investigación

-Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas

INFORMACIÓN SOBRE TUTORÍAS: Indicar que los horarios de tutorías se especificarán el primer día de clase o que el alumno debe enviar un mail al profesor. En función de la conveniencia, las tutorías podrán ser individuales o grupales.

Se pretende que el alumno refuerce las siguientes competencias:

- Capacidad de organización y planificación para la administración y dirección de empresas.
- Saber interrelacionar todas las áreas funcionales de la empresa.
- Desarrollar hábitos de comunicación oral y escrita.
- Identificar el vocabulario técnico relacionado con las distintas disciplinas.

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Estudio teórico y práctico: Estudio de los contenidos de carácter teórico del programa así como la resolución de los posibles supuestos prácticos propuestos por el profesor.

Con el estudio, tanto teórico como práctico, se pretende que el alumno alcance las siguientes competencias:

- Saber interrelacionar todas las áreas funcionales de la empresa.
- Identificar el vocabulario técnico relacionado con las distintas disciplinas
- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal

Preparación de casos para su discusión en clase: el alumno analizará las situaciones planteadas en los casos de estudio propuestos por el profesor aplicando los conocimientos adquiridos y enfocándolos a la toma de decisiones, teniendo en cuenta que en clase deberá defender las decisiones que proponga ante un tribunal. Así mismo podrá también pedírsele que en clase presente sus conclusiones parciales, por lo que tendrá que esforzarse por planificar una presentación adecuada de sus ideas. En la preparación de casos el alumno debe alcanzar las siguientes competencias:

- Capacidad de aprendizaje autónomo
- Desarrollar hábitos de comunicación oral y escrita.
- Identificar el vocabulario técnico relacionado con las distintas disciplinas.
- Describir y ejercitar el contenido y proceder de las herramientas del trabajo universitario: comentario de texto, análisis, síntesis y elaboración de un trabajo de investigación
- Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

Trabajo virtual en red: espacio virtual diseñado por el profesor donde los alumnos podrán trabajar, conjuntamente con otros compañeros sobre cuestiones relacionadas con la asignatura o, de ser el caso, mantener tutorías virtuales.

El trabajo virtual se soportará en la herramienta de E-learning MOODLE mediante las diferentes funcionalidades que el profesor habilite para su utilización en esta asignatura.

El trabajo virtual en red debe ayudar al alumno a obtener las siguientes competencias:

- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas y la capacidad de gobierno como forma de impulsar a otras personas hacia la consecución de los objetivos de la organización y de la propia persona.

A lo largo de esta asignatura, los alumnos harán un recorrido formativo por todas las áreas funcionales de la empresa, así como por las técnicas de gestión de vanguardia y los modelos organizativos más usuales.

La asignatura de Organización y Administración de Empresas II pretende, por un lado, servir como hilo conductor al que el alumno pueda agarrarse a lo largo del Grado para saber dónde y cómo encaja lo que está viendo en cualquier otra asignatura dentro del Grado y, por el otro, darle ya desde casi el principio de la carrera las ideas esenciales de lo que luego verán en profundidad en cada una de las otras asignaturas.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clases Expositivas 30h Estudio de casos 26h tutorías y otros 4h	Estudio teórico y práctico 60h Preparación de casos para su discusión en clase 20h Trabajo virtual en red 10h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas.

Capacidad de organización y planificación para la administración y dirección de empresas.

Desarrollar la comunicación oral y escrita en lengua nativa y extranjera.

Capacidad de aprendizaje autónomo.

Competencias específicas

Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

Saber interrelacionar todas las áreas funcionales de la empresa.

Identificar el vocabulario técnico relacionado con las distintas disciplinas.

Describir y ejercitar el contenido y proceder de las herramientas del trabajo universitario: comentario de texto, análisis, síntesis y elaboración de un trabajo de investigación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Planifica de forma rigurosa las acciones necesarias para conseguir los objetivos marcados.

Determina si la estructura de una organización contiene los recursos funcionales y culturales imprescindibles para la consecución de sus fines en las condiciones de entorno concretas de la organización.

Usa con propiedad el vocabulario técnico usado en las diversas áreas de la empresa.

Genera presentaciones informáticas eficaces.

Construye equipos conforme al logro de los objetivos marcados de acuerdo con los principios básicos de la ética y la responsabilidad social sabiendo liderar y resolver los conflictos de intereses que se produzcan generando sinergias entre la motivación de los empleados el servicio a la sociedad y la obtención de beneficios.

Genera una actitud de inquietud intelectual de búsqueda de la verdad en todos los ámbitos de la vida acrecentándola gracias al uso de las herramientas del trabajo universitario.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Se establecen los siguientes criterios de evaluación:

Alumnos que asisten con normalidad a clase:

Sistema de Evaluación Continua, tanto en Convocatoria Ordinaria como en la Extraordinaria.

- Ejercicios individuales / grupo/ Simulación empresarial/ actividades en el aula virtual: 20%

- Asistencia y participación en clase: 10% (Para que cuente el concepto de "Asistencia y Participación en clase" y hacer media con el resto de conceptos, esta no deberá ser inferior al 80%)

Alumnos con dispensa académica y alumnos UFV en estancia de intercambio, tanto en Convocatoria Ordinaria como en la Extraordinaria. Tendrán un sistema de evaluación alternativo, siendo su responsabilidad informarse sobre la misma.

- Mismo sistema, pero en este caso el 10% correspondiente a Asistencia y participación se añadirá al examen final.

- En el caso de alumnos en estancia de intercambio, será su responsabilidad informarse sobre el procedimiento de evaluación.

Alumnos en primera y segunda convocatoria que no asistan a clase y no puedan acogerse a evaluación continua.

- La nota se calculará con Ejercicios Individuales, resolución de ejercicios y practicas y Examen Final.

Alumnos en posteriores convocatorias.

- Si acuden normalmente a clase podrán acogerse al Sistema de Evaluación Continua. Caso contrario, la nota se calculará en base a los trabajos y resolución de ejercicios y Examen Final.

Por tanto el sistema de evaluación previsto para la asignatura, pretende ser lo mas claro y representativo de lo que el profesor va a aplicar durante el curso. Se valorara la obtención de los conocimientos al final del cuatrimestre demostrado en la realización de un examen escrito que el profesor planteara.

Ademas el profesor valorara el trabajo desarrollado por el alumno, la dedicación, actitud, asistencia, participación en clase, resolución de ejercicios tanto en el aula como en su casa así como en su caso la participación en el simulador empresarial planteado.

A modo de concreción se resume de la siguiente forma:

1.- Examen al final del cuatrimestre:

En todos los casos el examen que realizara el alumno supondrá el 70% de la nota final.

2.- Resolución de ejercicios y parte practica:

La realización de los ejercicios y casos prácticos planteados por el profesor así como la participación del alumno en el simulador empresarial correspondiente supondrá un 20% de la nota final.

3.- Asistencia y participación a las clases:

10% en la nota final. El alumno deberá asistir a las clases expositivas y practicas planteadas al menos un 80% de las mismas.

Todo alumno podrá conocer en la revisión de notas, la puntuación obtenida en cada uno de los componentes de la nota.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación de los Grados en Administración y Dirección de Empresas y Marketing

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

SUAREZ, A. (2006); Curso de economía de la empresa. Ed.Pirámide, Madrid

CUESTA, F. (2004); La transformación empresarial como base de la competitividad: de la empresa tradicional a la empresa virtual. Ed. Pirámide, Madrid

Complementaria

TEMIÑO AGUIRRE, IGNACIO. Lecturas Empresariales:
Grupo Santander, Mercadona, Apple, Grupo Inditex, Amazon, Grupo Repsol, Starbucks y Dirección y Organización Comercial y de Ventas. Editorial ESIC.

KOTLER,LANE (2006); Marketing management. Pearson Prentice Hall. Usa