

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Marketing		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales		
Asignatura:	Organización y Administración de Empresas		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	1	Código:	7610
Periodo docente:	Primer semestre		
Materia:	Organización de la Empresa y Dirección de Personas		
Módulo:	Organización y Gestión empresarial		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
José María Peláez Marqués	jm.pelaez@ufv.es
Tomás Gómez Franco	tomas.gomez@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Organización y Administración de Empresas pretende dar a los alumnos, desde el principio de la carrera, las ideas esenciales de lo que luego verán en otras asignaturas del área económico financiera. Organización y Administración de Empresas se centra, por tanto, en los fundamentos del área económico - financiera de la empresa, así como en aspectos financieros que afectan a la gestión de las finanzas personales.

La asignatura de Organización y Administración de Empresas aparece incluida en el módulo de "Organización y Gestión Empresarial" del grado en Marketing. Dicho módulo engloba tres materias: Comunicación, Contabilidad y

Finanzas y Organización de la Empresa y Dirección de Personas.

El grado de Marketing en la Universidad Francisco de Vitoria tiene por objetivo formar futuros profesionales de la empresa capaces de mejorar el entorno con su buen-hacer, aplicando en cualquier ámbito de su vida futura nuestro lema "Vince in Bono malum" .

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

- Formación en las técnicas de gestión empresarial.
- Formación antropológica que le sirva de base para el comportamiento ético.
- Formación cultural que le permita ver el entorno con amplia perspectiva histórica y de diversidad de culturas.
- 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 desarrollar la capacidad de liderazgo positivo como forma de impulsar a otras personas hacia la consecución de los objetivos.

El temario de la asignatura Organización y Administración de Empresas está dividido en tres partes con el fin de que el alumno al final del primer cuatrimestre del primer curso de Marketing obtenga una visión general de lo que son los principales ítems empresariales a saber, la empresa y su funcionamiento, la estructura organizativa y un apunte de la estructura financiera. El autor considera que esta asignatura debe acercarse al alumno a estas realidades que tendrán que ver y por ello estudiar con mayor detalle tanto en el siguiente cuatrimestre de este mismo curso como en los cursos posteriores.

La primera parte:

Se centra en la estructura empresarial. Es un enfoque amplio y general de lo que es la empresa, el empresario y su relación con el Mercado.

En la segunda parte:

Se centra en la estructura organizativa. Es un enfoque amplio y general de la estructura interna y sistemas de decisión. En este punto se aprovechará para explicar con detalle los aspectos centrales de la actividad de un departamento u Área comercial (Marketing y Ventas) en la empresa, así como algunas pinceladas a la preparación y entendimiento de un plan de Marketing.

En la tercera parte:

Se centra en la estructura financiera. Es un enfoque amplio y general de los aspectos fundamentales de naturaleza financiera. Se hará un apunte tanto de los dos principales estados financieros, así como algunas reglas financieras de capitalización simple y compuesta. Se aprovechará para poner de manifiesto la conveniencia de manejar desde el primer momento la diferenciación entre costes fijos y variable y su aplicación a los correspondientes márgenes.

OBJETIVO

A lo largo del Grado en Marketing, los alumnos harán un recorrido formativo por todas las áreas funcionales y de apoyo de la empresa, así como por las técnicas de gestión de vanguardia y los modelos organizativos más eficaces y eficientes. Pero ocurre que, a menudo, como dice el refrán, "los árboles no dejan ver el bosque". La asignatura de Organización y Administración de Empresas 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 plan general y, por el otro, darles ya desde casi el principio de la carrera las ideas esenciales de lo que luego verán en cada una de las otras asignaturas. Es, pues, como un plano detallado del Grado en el que, además, se describiesen los paisajes por los que hay que pasar hacia el objetivo final para reconocerlos y sentirse cómodos en ellos cuando tengan que atravesarlos.

La asignatura de Organización y Administración de Empresas se centra en la Estructura empresarial, Organizativa y Financiera de la empresa. .

Se pretende que, al finalizar la asignatura de Organización y Administración de Empresas, los alumnos hayan alcanzado la capacidad, los conocimientos, competencias suficientes para la comprensión general de los fundamentos empresariales y los fundamentos financieros de la empresa, todo ello para que les permita tomar decisiones correctas teniendo en cuenta tanto los aspectos económicos como los éticos implicados en las mismas.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Dado que es una asignatura del primer semestre del primer curso, no se requieren conocimientos especiales más allá de los obtenidos en el bachillerato.

CONTENIDOS

TEMARIO

Primera Parte: Estructura Empresarial.

- Tema 1 La empresa como realidad socio-económica
- Tema 2 El concepto de empresa y su evolución
- Tema 3 El empresario: La función directiva
- Tema 4 La empresa y su relación: El mercado

Segunda Parte: Estructura Organizativa.

- Tema 5 La organización de la empresa: Aspectos estructurales
- Tema 6 Las formas y clases de empresas
- Tema 7 El sistema de decisión en la empresa
- Tema 8 Área de comercialización: Marketing y Ventas

Tercera Parte: Estructura Financiera.

- Tema 9 Análisis de las Masas Patrimoniales: El Balance y la Cuenta de resultados
- Tema 10 El valor del dinero en el tiempo.
- Tema 11 Costes y decisiones de explotación: Costes fijos y variables.

Nota:

Se realizara durante 4 horas un simulador empresarial en el entorno de decisión empresarial (Tema 7).

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases Expositivas:

Por parte del profesor, se realizará la exposición de los temas incidiendo lo necesario en aquellos conceptos clave para la comprensión de los mismos. Como proceso de aprendizaje el alumno deberá participar activamente.

Resolución de ejercicios y parte practica:

El alumno en su caso, deberá resolver los ejercicios prácticos de forma autónoma en el propio aula o en su casa, según se determine y en función de cómo se desarrolle el cuatrimestre.

En el caso de que se realice un simulador empresarial, el alumno deberá seguir en primer lugar las indicaciones del profesor y posteriormente participar y resolver el trabajo tanto individual como en su caso grupal si así se estableciera,

Tutoría:

Consiste en la atención individual al alumno con el objetivo de aclarar las dudas que le hayan surgido. También se orienta al alumno sobre todos los elementos que conforman el proceso de aprendizaje.

Evaluación:

A lo largo del curso el alumno irá construyendo su evaluación en las distintas competencias y conocimientos a través de la realización de lo anteriormente comentado, es decir, a través de su estudio personal tanto teórico como práctico.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Lectura de artículos y documentos. 15h Clases Expositivas 25h Resolución de Ejercicios 20h	Estudio teórico y práctico 65h Tutoría 25h

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, sabiendo adaptarse y tomar decisiones en todo tipo de situaciones de gestión empresarial.

Capacidad de Pensamiento analítico, sintético, aplicado a la toma de decisiones empresariales.

Capacidad de organización y planificación para el marketing y la gestión de empresas.

Competencias específicas

Ser capaz de liderar equipos, de acuerdo con los principios básicos de la ética, la responsabilidad social y la justicia, generando sinergias entre la motivación de los empleados, el servicio a la sociedad y el aumento de las ventas.

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, desarrollando de esta manera hábitos de pensamiento riguroso.

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

Saber elaborar y comprender los Estados Financieros así como diseñar, calcular y gestionar los costes de la empresa, como herramienta para la toma de decisiones en el marketing y las ventas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Aplica un pensamiento riguroso a los problemas que se presentan en las áreas económico financieras de la empresa.

Toma decisiones financieras que siendo técnicamente eficientes para la resolución de los problemas de la empresa sean también éticamente aceptables aunando armónicamente ambos valores eficiencia y ética.

Toma decisiones correctas en el ámbito de sus finanzas personales tanto en la obtención y amortización de préstamos de todo tipo como en lo que se refiere a inversiones o ahorro.

Toma decisiones correctas en cuanto a los programas de actuación más adecuados para maximizar el beneficio de la empresa en función de su gama de productos y de las restricciones de recursos que existan.

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:

- Examen al final del cuatrimestre: 60% de la nota. (imprescindible para aprobar la asignatura, tener aprobado el examen final).
- Examen Parcial: 20% de la nota
- Ejercicios individuales / grupo y actividades en el aula virtual: 10%
- 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, la asistencia no deberá ser inferior al 80%)

Alumnos con dispensa académica que no puedan acudir a clase de forma justificada y alumnos UFV en estancia de intercambio, tanto en convocatoria ordinaria como en la extraordinaria:

- Examen al final del cuatrimestre: 60% de la nota. (imprescindible para aprobar la asignatura, tener aprobado el examen final).
- Examen Parcial: 20% de la nota.
- Ejercicios individuales / grupo y actividades en el aula virtual: 20%

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

- Examen al final del cuatrimestre: 60% de la nota. (imprescindible para aprobar la asignatura, tener aprobado el examen final).
- Examen Parcial: 20% de la nota.
- Ejercicios individuales / grupo y actividades en el aula virtual: 20%

Alumnos en posteriores convocatorias. Si acuden normalmente a clase podrán acogerse al "Sistema de evaluación continua".

- Examen al final del cuatrimestre: 60% de la nota. (imprescindible para aprobar la asignatura, tener aprobado el examen final).
- Examen Parcial: 20% de la nota
- Ejercicios individuales / grupo y actividades en el aula virtual: 10%
- 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, la asistencia no deberá ser inferior al 80%)

Caso contrario, si no acuden a clase, la nota se calculará en su caso, con los trabajos, resolución de ejercicios y el examen parcial y final.

- Examen al final del cuatrimestre: 60% de la nota. (imprescindible para aprobar la asignatura, tener aprobado el examen final).
- Examen Parcial: 20% de la nota.
- Ejercicios individuales / grupo y actividades en el aula virtual: 20%

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

Las faltas de ortografía podrán penalizar en trabajos y exámenes. De aplicarse dicha penalización, el profesor comunicará al alumno la puntuación a descontar por cada falta en las instrucciones y/o enunciados de las pruebas de evaluación.

EN TODOS LOS CASOS, para superar la asignatura es obligatorio obtener una nota mínima de 5 en el examen final. Si no se alcanza esa nota, no se podrá hacer media con el resto de porcentajes.

A modo de resumen, 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 valorará la obtención de los conocimientos durante el cuatrimestre a través de un examen parcial y examen final que el profesor planteará. Además, el profesor valorará 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.

Los exámenes se realizarán de manera presencial siempre y cuando la situación sanitaria lo permita, pudiendo ser modificados con el objetivo de cumplir las indicaciones dadas por las autoridades sanitarias.

Para asegurar el aprendizaje significativo por parte del alumno, se respetarán escrupulosamente las fechas de entrega de las actividades propuestas, trabajos individuales y grupales.

En el caso de que las recomendaciones de las autoridades sanitarias obliguen a un sistema de docencia en remoto, el procedimiento de evaluación y peso de los distintos factores se mantendrá.

Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la Universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en examen que serán consideradas como grave de acuerdo al artículo 7 de dicha normativa.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Philip Kotler, Principios de Marketing. 2008. Editorial Prentice-Hall

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.