

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas. MBA

Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Facultad/Escuela: Escuela de Postgrado y Formación Permanente

Asignatura: Fundamentos Empresariales

Tipo: Complementos de Formación

Créditos ECTS: 8

Curso: 1

Código: 8060

Periodo docente: Primer semestre

Materia:

Módulo:

Tipo de enseñanza: Presencial

Idioma: Castellano

Total de horas de dedicación del alumno: 200

Equipo Docente	Correo Electrónico
Luis Expósito Sáez	luis.exposito@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura se cursará por los estudiantes que acceden al máster desde titulaciones ajenas a los ámbitos de la Economía y Empresa para reforzar sus conocimientos iniciales sobre el área financiera.

OBJETIVO

El objetivo de la asignatura será adquirir los fundamentos suficientes sobre finanzas y contabilidad necesarios para cursar conocimientos avanzados en el Máster.

CONTENIDOS

Tema 1: Contabilidad y Proceso contable

- La contabilidad como sistema de información de las actividades de la empresa.
- Los fines y los medios de la contabilidad y su aplicación a la actividad de la empresa. El hecho contable
- Elementos y masas patrimoniales. El balance de situación. La cuenta de pérdidas y ganancias
- El proceso contable en general y en particular: periodificación, amortización y existencias.

Tema 2: Fundamentos de Organización y Administración.

- La empresa como realidad socioeconómica. El concepto de empresa y su evolución
- La empresa y su relación con otros elementos del sistema económico: el mercado y la competitividad
- Introducción a la Dirección Estratégica: El proceso de decisión, entorno genérico (PESTEL y 5 FUERZAS COMPETITIVAS) y específico (DAFO), estrategia competitiva (Porter y Bowman & Daveni) y Ventaja competitiva

Tema 3: Los Recursos Humanos en la empresa.

- La motivación
- La retribución
- La comunicación
- La promoción

Tema 4: El marketing en la empresa

- El concepto actual de marketing.
- El marketing mix
- Segmentación de mercado.

Tema 5: Control gestión

- Coste variables y fijos.
- Margen de contribución

Tema 6: Análisis financiero y económico de la empresa

- El análisis financiero de la empresa. El fondo de maniobra.
- El análisis económico de la empresa. Análisis de la cuenta de resultados
- Rentabilidad económica y financiera de la empresa. ROA y ROE

Tema 7: La financiación y las inversiones de la empresa

- Las fuentes de financiación. Funcionamiento de los préstamos.
- El entorno financiero de las empresas
- El valor del dinero en el tiempo, rentabilidad y riesgo: VAN y TIR

Tema 8: El entorno macro-económico

ACTIVIDADES FORMATIVAS

LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA Y FLIPPED CLASSROOM: A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa y en el flipped classroom buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación. Para ello es necesario que el docente realice una buena estructuración del contenido, tenga claridad expositiva y sea capaz de mantener la atención y el interés del estudiante.

TRABAJO AUTÓNOMO. En esta metodología el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores, mentores). Es el estudiante el que diagnostica sus necesidades de aprendizaje, formula sus metas de aprendizaje, identifica los recursos que necesita para aprender, elige e implementa las estrategias de aprendizaje adecuadas y evalúa los resultados de su aprendizaje. El docente se convierte así en el guía, el facilitador y en una fuente de información que colabora en ese trabajo autónomo. Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación.

TRABAJO COOPERATIVO EN GRUPOS REDUCIDOS (Gestión problemas o por proyectos): El número de alumnos programado en nuestra Universidad nos permite un trabajo grupal en grupos reducidos.

MÉTODO DEL CASO: Adquisición de aprendizaje mediante el análisis de casos o situaciones reales de gestión. Esta técnica de aprendizaje activa, centrada en la investigación del estudiante sobre un problema real y

específico, ayuda al alumno a adquirir la base para un estudio inductivo.

SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL: que incluye entrevistas, grupos de discusión, auto informes e informes de seguimiento tutorial.

INVESTIGACIÓN: Búsqueda de información a partir de diversas fuentes y documentos, análisis y síntesis de los datos y desarrollo de conclusiones.

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
25 horas	175 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Competencias generales

Competencias específicas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- o Identificar las aportaciones más relevantes de la teoría organizacional empresarial.
- o Comprender y relacionar las distintas áreas y funciones de la empresa
- o Obtener e interpretar la información contable y financiera de la empresa.
- o Conocer los conceptos fundamentales de marketing aplicados a la gestión empresarial.
- o Comprender la importancia del análisis financiero y económico de la empresa

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El alumno deberá superar todas las pruebas marcadas por el profesor para obtener la calificación de APTO y poder continuar con el Máster.

Se establecerá un sistema de evaluación alternativo en el caso de que las recomendaciones sanitarias nos obliguen a volver a un escenario de docencia en remoto. En un escenario de docencia en remoto los pesos del

sistema de evaluación no se verán afectados. El examen presencial se sustituirá por un examen en remoto con herramientas que garanticen la autenticidad de la prueba.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

- Dirección y contabilidad financiera. Fernando Pereira. Editorial Deusto. 2002

Complementaria

- Dirección de marketing. Philip Kotler. Prentice-Hall Internacional. 2010

- Estrategia competitiva. Michael Porter. Piramide. 2005