

Teaching guide

IDENTIFICATION DETAILS

Degree:	Marketing		
Field of Knowledge:	Social and Legal Science		
Faculty/School:	Law, Business and Governance		
Course:	BUSINESS ORGANIZATION AND MANAGEMENT		
Type:	Compulsory	ECTS credits:	6
Year:	1	Code:	7610
Teaching period:	First semester		
Area:	Company Organisation and People Management		
Module:	Marketing and Commerce		
Teaching type:	Classroom-based		
Language:	Spanish		
Total number of student study hours:	150		

SUBJECT DESCRIPTION

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 acercar 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.

SKILLS

Basic Skills

Students must have demonstrated knowledge and understanding in an area of study that is founded on general secondary education. Moreover, the area of study is typically at a level that includes certain aspects implying knowledge at the forefront of its field of study, albeit supported by advanced textbooks

Students must be able to apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and possess skills that can typically be demonstrated by coming up with and sustaining arguments and solving problems within

their field of study

Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) in order to make judgments that include reflections on pertinent social, scientific or ethical issues

Students must be able to convey information, ideas, problems and solutions to both an expert and non-expert audience

Students must have developed the learning skills needed to undertake further study with a high degree of independence

General Skills

Capacity for analytical, synthetic thought applied to business decision-making.

An ability to accomplish goals and solve problems, showing an ability to adapt to and make decisions in all manner of business management situations.

An ability to organise and plan for the purposes of marketing and business management.

Specific skills

To be able to lead teams in line with the basic principles of ethics, social responsibility and justice, generating synergies between the motivation of employees, the service provided to society and the improvement of sales.

To be able to put knowledge into practice.

To develop criteria for problem-solving and decision-making both on a professional and personal level.

DISTRIBUTION OF WORK TIME

CLASSROOM-BASED ACTIVITY	INDEPENDENT STUDY/OUT-OF-CLASSROOM ACTIVITY
60 hours	90 hours