



GUÍA DOCENTE CURSO: 2019-20

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Asignatura:	Economía de la Empresa		
Código de asignatura:	70842202	Plan:	Máster en Dirección y Economía de la Empresa
Año académico:	2019-20	Ciclo formativo:	Máster Universitario Oficial
Curso de la Titulación:	1	Tipo:	Optativa
Duración:	Primer Cuatrimestre		

DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA

Créditos:	6
Horas totales de la asignatura:	150
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:	Apoyo a la docencia

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre	Burgos Jiménez, Jerónimo de		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 2		
Despacho	131		
Teléfono	+34 950 214009	E-mail (institucional)	jburgos@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=505553505253555383		
Nombre	Alonso Cañadas, Juana		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Científico Técnico III Matemáticas e Informática (CITE III). Planta BAJA		
Despacho	15		
Teléfono	+34 950 015597	E-mail (institucional)	jac630@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=555350525349565181		
Nombre	Segovia López, Cristina		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 1		
Despacho	132		
Teléfono	+34 950 214035	E-mail (institucional)	csegovia@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=555350545051495374		
Nombre	Valls Martínez, María del Carmen		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 2		
Despacho	22		
Teléfono	+34 950 015535	E-mail (institucional)	mcvalls@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=505553505554564981		

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Justificación de los contenidos

La asignatura ofrece una visión global de la empresa desde la perspectiva de las tres grandes áreas de conocimiento que se relacionan con la empresa. Los contenidos de esta asignatura se han seleccionado para que el alumno conozca algunos fundamentos y conceptos básicos de cada área de conocimiento. Se abordan tanto conceptos básicos que se podrán profundizar en otras asignaturas del título, así como aspectos concretos de la gestión empresarial que se plantean de forma esquemática.

Descriptor: Conceptos y herramientas de gestión básicas en Comercialización e Investigación de mercados, Economía Financiera y Contabilidad y Organización de empresas

Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

Esta asignatura está relacionada con casi todas las materias del título, ya que ofrece una visión general de la empresa.

Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

No se precisan

Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación

Nos se requieren

COMPETENCIAS

Competencias Básicas y Generales

Competencias Básicas

Competencias Transversales de la Universidad de Almería

Competencias Específicas desarrolladas

C10 - Conocer los fundamentos de las diferentes áreas de la Economía de la Empresa, que permitirán el adecuado seguimiento del resto de materias. Saber identificar y formular problemas empresariales generales, señalando como se relacionan con las distintas áreas funcionales. Ser capaz de aplicar estos conocimientos en diferentes contextos de gestión, en particular en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas.

OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Resultados de Aprendizaje · Que los estudiantes sepan aplicar los fundamentos básicos de economía de la empresa. · Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicio · Que los estudiantes conozcan la problemática específica de la gestión en la pequeña y mediana empresa.

PLANIFICACIÓN

Temario

Tema 1. Análisis Estratégico de la Empresa y la Innovación
Análisis Interno y Análisis Externo de la Empresa
La Innovación y su gestión

Tema 2.- Dirección de operaciones y ventaja competitiva
Contenido de la Dirección de Operaciones
Objetivos Estratégicos de Dirección de Operaciones
Desarrollo de la Estrategia de Operaciones

Tema 3.- Dirección y Gestión de la Calidad
Concepto de calidad y su obtención
Factores, niveles y costes de la calidad
Herramientas en la Gestión de la Calidad

Tema 4.- Conceptos y herramientas básicas de Contabilidad.
Circulación real y financiera.
Los conceptos de riqueza, renta y tesorería.
Los estados financieros.
Análisis y registro contable de las magnitudes generadas por la actividad empresarial.

Tema 5.- Conceptos y herramientas básicas de gestión en economía financiera (circulación financiera, decisiones financieras y tipos de interés)
El valor del dinero en el tiempo.
Concepto de capital financiero y de ley financiera.
El tipo de interés.
Leyes financieras.
Operaciones financieras.

Tema 6.- Conceptos y Técnicas básicas de marketing

Tema 7.- Plan de Marketing

Tema 8.- Herramientas de comercialización e investigación de mercados
Segmentación
Modelos de cartera de productos
Modelos de comunicación

Metodología y Actividades Formativas

Clases magistrales participativas. Estudio de casos. Debate y puesta en común. Exposición de grupos de trabajo. Problemas. Búsqueda, consulta y tratamiento de información. Realización de informes.

Actividades de Innovación Docente

Diversidad Funcional

Aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales pueden dirigirse a la Delegación del Rector para la Diversidad Funcional <http://www.ual.es/discapacidad>) para recibir la orientación o asesoramiento oportunos y facilitar un mejor aprovechamiento de su proceso formativo. De igual forma podrán solicitar la puesta en marcha de las adaptaciones de contenidos, metodología y evaluación necesarias que garanticen la igualdad de oportunidades en su desarrollo académico. El tratamiento de la información sobre este alumnado, en cumplimiento con la LOPD, es de estricta confidencialidad. Los docentes responsables de esta guía aplicaran las adaptaciones aprobadas por la Delegación, tras su notificación al Centro y al coordinador de curso

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Criterios e Instrumentos de Evaluación

Se realizará una prueba escrita (preferiblemente prueba de respuesta múltiple) que valdrá el 60% de la nota final (en casos excepcionales podrá permitirse una valoración superior de este criterio que será complementada prerentemente con examen de tipo oral).

Se valorará la participación activa en clase (máximo 10%) y la elaboración y presentación de trabajos o actividades prácticas (máximo 30%)

Mecanismos de seguimiento

- Participación en herramientas de comunicación (foros de debate, correos)
- Entrega de actividades en clase

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Básica

- Juan Ventura Victoria. Análisis estratégico de la empresa. Paraninfo. 2008.
- José M^º Sainz de Vicuña Ancin. Plan de Marketing en la práctica. ESIC. 2013.
- César Camisón Zornoza. Gestión de la calidad, estrategia y competitividad. Prentice Hall. 2011.
- VALLS MARTINEZ, MC Y CRUZ RAMBAUD, S.. INTRODUCCION A LAS MATEMATICAS FINANCIERAS: PROBLEMAS RESUELTOS. PIRAMIDE. 2009.

Complementaria

- Santasmases Mestre, M.. Marketing: Conceptos y Estrategias. Pirámide. 6.
- Elena Abascal, Ildefonso Grande. Aplicaciones de investigación comercial. ESIC.
- Daniel Arias Aranda, Beatriz Minguela Rata (coords.). Dirección de la Producción y Operaciones Decisiones estratégicas. . Pirámide. 2018.
- Daniel Arias Aranda, Beatriz Minguela Rata (coords.). Dirección de la Producción y Operaciones: Decisiones operativas.. Pirámide. 2018.

Otra Bibliografía

Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/e?SEARCH=ECONOMIA DE LA EMPRESA>

DIRECCIONES WEB