

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2017-2018

Identificación y características de la asignatura						
Código	501061	Créditos ECTS	6			
Denominación (español)	DIRECCIÓN DE EMPRESAS II					
Denominación (inglés)	BUSINESS ADMINISTRATION II					
Titulaciones	Grado en Ingeniería Eléctrica (rama industrial), Grado en Ingeniería Electrónica y Automática (rama industrial), Grado en Ingeniería Mecánica (rama industrial), Grado en Ingeniería de Materiales					
Centro	Escuela de Ingenierías Industriales					
Semestre	3	Carácter	Obligatoria			
Módulo	Común a la Rama Industrial					
Materia	Dirección y Organización de Empresas					
Profesor/es						
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web			
Víctor Valero Amaro	B2.5	vvalero@unex.es	http://merkado.unex.es			
José Manuel García Gallego	B2.2	garciagallego@unex.es	http://merkado.unex.es			
Francisco M. Generelo Miranda	B2.1	fgenmir@unex.es				
Área de conocimiento	Organización de Empresas					
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología					
Profesor coordinador (si hay más de uno)	José Manuel García Gallego					
Competencias (ver tabla en http://bit.ly/competenciasGrados)						
	Competencias Básicas	Competencias Generales	Competencias Transversales	Competencias Específicas FB	Competencias Específicas CRI	Competencias Específicas TE
	Marcar con una "X"	Marcar con una "X"	Marcar con una "X"	Marcar con una "X"	Marcar con una "X"	Marcar con una "X"
	CB1	CG1	CT1	CEFB1	CECRI1	CETE1
	CB2	CG2	CT2	CEFB2	CECRI2	CETE2
	CB3	CG3	CT3	CEFB3	CECRI3	CETE3
	CB4	CG4	CT4	CEFB4	CECRI4	CETE4
	CB5	CG5	CT5	CEFB5	CECRI5	CETE5
		CG6	CT6	CEFB6	CECRI6	CETE6
		CG7	CT7		CECRI7	CETE7
		CG8	CT8		CECRI8	CETE8
		CG9	CT9		CECRI9	CETE9
		CG10	CT10		CECRI10	CETE10
		CG11			CECRI11	CETE11
		CG12			CECRI12	CETFG

Contenidos
Breve descripción del contenido
Dirección Financiera. Dirección de Marketing. Dirección de Operaciones. Dirección de Recursos Humanos.
Temario de la asignatura
<p>Tema 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING Contenidos del tema 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Concepto de marketing 1.2. La generación de valor en la empresa 1.3. Panorama actual de la dirección comercial <p>Actividades prácticas: Lectura de textos y casos de marketing (1 hora)</p>
<p>Tema 2: LA DIRECCIÓN COMERCIAL Contenidos del tema 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Funciones de un departamento de marketing 2.2. El proceso de toma de decisiones comerciales 2.3. Ejecución de la estrategia comercial <p>Actividades prácticas: Ejercicios sobre elaboración de un plan de marketing (3 horas)</p>
<p>Tema 3: SEGMENTACIÓN DE MERCADOS Contenidos del tema 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Concepto de segmentación 3.2. Segmentación y diferenciación 3.3. Criterios y variables de segmentación 3.4. Segmentación en mercados industriales 3.5. Estrategias de segmentación <p>Actividades prácticas: Seminario sobre segmentación de mercados. Modelos de Belson y X^2 (1,5 horas)</p>
<p>Tema 4: INVESTIGACIÓN COMERCIAL Contenidos del tema 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.1. El sistema de información de marketing 4.2. La investigación comercial 4.3. Proceso de investigación comercial <p>Actividades prácticas: Diseño de una investigación comercial. Cuestionarios y muestras (1 hora)</p>
<p>Tema 5: MARKETING-MIX Contenidos del tema 5:</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.1. Decisiones sobre producto 5.2. Decisiones sobre precios 5.3. Decisiones sobre distribución 5.4. Decisiones sobre comunicación <p>Actividades prácticas: Lecturas de textos y casos de marketing. (2 horas)</p>

Tema 6: **LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES**

Contenidos del tema 6:

- 6.1. Objetivos de la Dirección de Operaciones
- 6.2. Planificación estratégica de la producción
- 6.3. La gestión de la calidad

Actividades prácticas:

Casos prácticos sobre gestión de empresas. Enfoques de calidad (1 hora)

Tema 7: **LA DIRECCIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA**

Contenidos del tema 7:

- 7.1. Aspectos generales de la financiación de organizaciones
- 7.2. Aspectos contables de la empresa
- 7.3. Necesidades operativas de fondos y fondo de maniobra
- 7.4. El equilibrio financiero en la empresa
- 7.5. El ciclo de operaciones
- 7.6. Periodos de maduración
- 7.7. La valoración de inversiones
- 7.8. Flujos de caja
- 7.9. Los métodos VAN y TIR
- 7.10. Introducción al análisis de ratios
- 7.11. Ratios de operaciones
- 7.12. Ratios de posición financiera
- 7.13. Ratios de rentabilidad
- 7.14. Ratios de liquidez y de solvencia

Actividades prácticas:

Análisis del equilibrio financiero de una empresa (2 horas)

Seminario sobre análisis de ratios de un balance (2 horas)

Seminario sobre evaluación de alternativas de inversión (2 horas)

Tema 8: **LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA**

Contenidos del tema 8:

- 8.1. Introducción
- 8.2. Funciones
- 8.3. Objetivos
- 8.4. Políticas
- 8.5. Organización
- 8.6. Modelos de gestión

Actividades prácticas:

Lectura de textos. Análisis de casos (1 hora)

Tema 9: **DESARROLLO DE POLÍTICAS DE GESTIÓN DE RRHH EN LA EMPRESA**

Contenidos del tema 9:

- 9.1. Planificación de los recursos humanos
- 9.2. Procesos aditivos
- 9.3. Retribución
- 9.4. Desarrollo profesional
- 9.5. Relaciones laborales
- 9.6. Servicios sociales
- 9.7. Evaluación del personal
- 9.8. Procesos extractivos

Actividades prácticas:

Lectura de textos. Análisis de casos de gestión de personal (1 hora)

Seminario de Recursos Humanos (2 horas)

--

Actividades formativas

Horas de trabajo del alumno por tema	Presencial						No presencial
	Total	GG	S	O	L	TP	EP
1	9	4					4
2	9	4					4
3	15,5	5	1,5				8
4	10	3					7
5	12,5	4				1,5	6
<i>Examen Parcial</i>	6	2					4
6	14	4					8
7	28	12	4				16
8	6	5					2
9	17,5	7	2			1,5	8
Evaluación del conjunto	22,5	2,5					20
Total	150	52,5	7,5	0	0	3	87

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

S: Seminario (clases de problemas, seminarios, casos prácticos = 40 estudiantes).

O: Ordenador (prácticas en sala de ordenadores = 30 estudiantes).

L: Laboratorio (prácticas de laboratorio o de campo = 15 estudiantes).

TP: Tutorías programadas (seguimiento docente tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes

De entre las metodologías docentes incluidas en el plan de estudios del título, en la presente asignatura se utilizan las siguientes:

Metodologías docentes	Se indican con una "X" las utilizadas
1. Explicación y discusión de los contenidos teóricos	X
2. Resolución, análisis y discusión de ejemplos de apoyo o de problemas previamente propuestos	X
3. Exposición de trabajos previamente encargados a los estudiantes	X
4. Desarrollo en laboratorio, aula de informática, campo, etc., de casos prácticos	X
5. Resolución de dudas puntuales en grupos reducidos, para detectar posibles problemas del proceso enseñanza-aprendizaje y guía en los trabajos, prácticas y estudio del estudiante	X
6. Búsqueda de información previa al desarrollo del tema o complementaria una vez que se han realizado actividades sobre el mismo	X
7. Elaboración de trabajos, individualmente o en grupos	X

8. Estudio de cada tema, que puede consistir en: estudios de contenidos, preparación de problemas o casos, preparación del examen, etc.	X
---	---

Resultados de aprendizaje

El alumno comprenderá la importancia de la empresa como actor de un sistema económico, concretando el concepto de empresa, sus objetivos y las principales funciones que desarrolla. Obtendrá una visión global de la empresa, destacando las áreas funcionales que la integran y la necesidad de integración y coordinación entre los distintos ámbitos de decisión existentes.

Conseguirá conocimientos y herramientas que le ayuden a gestionar una organización empresarial, profundizando en las decisiones de operaciones, financieras y comerciales de una empresa.

Sistemas de evaluación

Criterios de evaluación

La asignatura se evaluará de acuerdo con los siguientes criterios de evaluación (CE) para cada una de las competencias que se relacionan:

CE1: Conocer y comprender el concepto actual de marketing, así como la importancia de las decisiones comerciales en las empresas. Reconocer la importancia de orientar la gestión de la empresa hacia la generación de valor para el cliente. (CB1, CB2, CB3. CECRI11. CG2, CG3, CG4, CG7, CG9, CG11. CT1, CT2, CT3, CT4, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10)

CE2: Comprender los factores clave que afectan a la dirección comercial de una organización. (CB1, CB2, CB3. CECTRI11. CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG9. CT1, CT2, CT3, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10)

CE3: Comprender los criterios y modelos para segmentar un mercado, así como saber diseñar un proceso de investigación que proporcione información comercial útil. (CB1, CB2, CB3. CECRI11. CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG9. CT1, CT2, CT3, CT4, CT6, CT8, CT9, CT10)

CE4: Conocer las herramientas e instrumentos básicos de marketing. (CB1, CB2, CB3. CECRI11. CG3, CG9. CT1, CT2, CT4, CT5, CT6, CT8, CT10)

CE5: Conocer cuáles son los principales problemas que aborda la dirección de operaciones, tanto en la gestión estratégica como los aspectos tácticos de la producción. (CB1, CB2, CB3. CECRI11. CG3, CG6, CG9. CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10)

CE6: Comprender la documentación contable de una empresa y poder interpretar las cuentas anuales de una organización (CB1, CB2, CB3, CB4, CB5. CECRI11. CG9. CT1, CT2, CT4, CT9)

CE7: Ser capaz de realizar un análisis financiero para una empresa o alternativa de inversión. (CB1, CB2, CB3, CB4, CB5. CECRI11. CG9. CT2, CT4, CT9)

CE8: Ser capaz de planificar los recursos humanos de una organización y adoptar eficazmente las decisiones básicas relacionadas con la gestión de personal. (CB1, CB2, CB3, CB4, CB5. CECRI11. CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG9. CT1, CT2)

Actividades de evaluación

De entre las actividades de evaluación incluidas en el plan de estudios del título, en la presente asignatura se utilizan las siguientes:

	Rango establecido	Convocatoria ordinaria	Convocatoria extraordinaria	Evaluación global (*)
1. Examen final teórico/práctico y/o exámenes parciales acumulativos y/o eliminatorios.	0%–80%	75%	75%	80%
2. Aprovechamiento de actividades prácticas realizadas en: aula, laboratorio, sala de ordenadores, campo, visitas, etc.	0%–50%	0%	0%	0%
3. Resolución y entrega de actividades (casos, problemas, informes, trabajos, proyectos, etc.), individualmente y/o en grupo (GG, SL, ECTS).	0%–50%	25%	25%	20%
4. Participación activa en clase.	0%–10%	0%	0%	
5. Asistencia a las actividades presenciales.	0%–10%	0%	0%	

(*) El estudiante comunicará al profesor por escrito el tipo de evaluación elegido en las tres primeras semanas de cada semestre y el profesor remitirá la correspondiente relación a la Comisión de Calidad de la Titulación. Cuando un estudiante no realice esta comunicación, se entenderá que opta por la evaluación continua. Una vez elegido el tipo de evaluación, el estudiante no podrá cambiar en la convocatoria ordinaria de ese semestre y se atenderá a la normativa de evaluación para la convocatoria extraordinaria.

Descripción de las actividades de evaluación

Se plantean DOS TIPOS de evaluación:

A. EVALUACIÓN ORDINARIA (CON EVALUACIÓN CONTINUA)

En este sistema de evaluación se utilizarán los siguientes instrumentos:

- PRUEBA ESCRITA (R, RE):** Supone el 75% de la calificación final de la asignatura, y es un requisito básico para poder computar en la nota final de la asignatura la calificación obtenida en el apartado "2: *Otros instrumentos de evaluación*". Es decir, **aprobar la Prueba Escrita es una condición necesaria para poder aprobar la asignatura.** La Prueba Escrita consta de:
 - Examen Parcial (E):** el examen parcial comprenderá los temas impartidos hasta la fecha de su realización marcada en la agenda del estudiante. Este examen tendrá carácter eliminatorio por lo que, en caso de aprobar, el alumno tendrá superada la

parte de la asignatura correspondiente a los temas incluidos en este examen. Este examen parcial se estructura como un cuestionario de preguntas tipo test, de elección múltiple, y/o preguntas cortas/problemas. Para aprobar el examen parcial se debe alcanzar una nota global en el examen igual o superior a 5 (en una escala de 0-10).

- 1.2. **Examen Final:** se realizará en la fecha fijada por el Centro en su calendario oficial de exámenes. El examen final se estructura como un cuestionario de preguntas tipo test, de elección múltiple, y/o preguntas cortas/problemas. Para aprobar el examen final se debe superar una nota global en el examen igual o superior a 5 (en una escala de 0-10). En el examen final, ya sea en la convocatoria de junio o en la de julio, un alumno que haya aprobado el examen parcial sólo se deberá examinar de la parte correspondiente a los temas no incluidos en dicho parcial.

Para determinar la Calificación de la Prueba Escrita (CPE), se considerará lo siguiente:

- Si el alumno aprueba el examen parcial y posteriormente aprueba el examen final, la Calificación de la Prueba Escrita será la media aritmética de la nota del examen parcial (NP) y del examen final (NF).

$$CPE = \frac{NP + NF}{2}$$

- Si el alumno aprueba el examen parcial y posteriormente suspende el examen final, la Calificación de la Prueba Escrita será el valor mínimo de estos dos valores: la nota media de ambos exámenes ó 4.

$$CPE = \min\left(\frac{NP + NF}{2}, 4\right)$$

- Si el alumno no supera el examen parcial, la Calificación de la Prueba Escrita será la nota obtenida en el examen final.

$$CPE = NF$$

Se considerará aprobada la Prueba Escrita cuando la CPE sea igual o mayor a 5

2. **OTROS INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN (NR):** Suponen el 25% de la calificación final de la asignatura, se desarrollarán a lo largo del cuatrimestre, y tienen carácter no recuperable (NR). La calificación obtenida en este apartado computará para el cálculo de la calificación final de la asignatura, siempre y cuando el alumno haya aprobado la Prueba Escrita. Se consideran Otros Instrumentos de Evaluación (OIE) los siguientes:

- 2.1. **Resolución y entrega de actividades, problemas, trabajos, casos prácticos, etc. (V):** se valorará la realización correcta y puntual de las actividades de aprendizaje propuestas, tanto presencialmente como a través del Campus Virtual de la asignatura. Este instrumento supone el 25% de la calificación final de la asignatura.

LA CALIFICACIÓN FINAL DE LA ASIGNATURA (CF) SERÁ:

- Si el alumno ha aprobado la Prueba Escrita:

$$CF = 0.75 \times CPE + 0.25 \times OIE$$

- Si el alumno no ha aprobado la Prueba Escrita:

$$CF = CPE$$

Para aprobar la asignatura, la calificación final CF debe ser igual o mayor que 5

B. EVALUACIÓN GLOBAL (SIN EVALUACIÓN CONTINUA)

En este caso, no se evaluará al estudiante de ninguna actividad a lo largo del curso, y deberá enfrentarse sólo a una prueba global final que se llevará a cabo según lo previsto en el calendario de exámenes aprobado en el Centro. Esta prueba global final evaluará al alumno del 100% de las competencias de la asignatura, y por tanto supondrá el 100% de la calificación de la asignatura.

En esta prueba global se utilizarán los siguientes instrumentos:

1. **PRUEBA ESCRITA (R, RE):** la Calificación de la Prueba Escrita (CPE) supone el 80% de la calificación final y es necesario obtener en esta prueba una nota igual o superior a 5, en una escala 0-10 para aprobar la asignatura. La Prueba Escrita se realizará en la fecha fijada por el Centro en su calendario oficial de exámenes. El examen final se estructura como un cuestionario de preguntas tipo test, de elección múltiple, y/o preguntas cortas/problemas.
2. **RESOLUCIÓN Y ENTREGA DE PROBLEMAS, TRABAJOS O CASOS PRÁCTICOS (RE):** se valorará la realización correcta y la solución propuesta respecto a aquellos problemas o casos de decisión que se propongan al alumno en la misma fecha que el calendario de exámenes del Centro establezca para la Prueba Escrita. La resolución y entrega de Casos Prácticos y Trabajos (CPyT) supone el 20% de la calificación final de la asignatura. La calificación obtenida en este apartado computará para el cálculo de la calificación final de la asignatura, siempre y cuando el alumno haya aprobado la Prueba Escrita.

LA CALIFICACIÓN FINAL DE LA ASIGNATURA (CF) SERÁ:

- Si el alumno aprueba la Prueba Escrita:

$$CF = 0.80 \times CPE + 0.20 \times CPyT$$

- Si el alumno no aprueba la Prueba Escrita:

$$CF = CPE$$

Para aprobar la asignatura, la calificación final CF debe ser igual o mayor que 5

NR = No recuperable; E = Eliminatoria; V = Voluntaria; R = Requisito para otra actividad; RE= Recuperable

Bibliografía

Bibliografía básica

- Bueno, E. (2004). Curso Básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización. Editorial Pirámide. Madrid
- Díez, E.P.; Galán, J.L. y Martín, E. (2002). Introducción a la Economía de la Empresa I. Editorial Pirámide. Madrid.

- Lacalle, M.C. y otros. (2004). Economía para Ingenieros. Editorial Thomson. Madrid.
- Maynar, P. (2008). La Economía de la Empresa en el Espacio de Educación Superior. Editorial McGraw-Hill. Madrid.
- Miranda, F. J.; Rubio, S.; Chamorro, A. y Bañegil, T. (2004). Manual de Dirección de Operaciones. Editorial Thomson. Madrid.
- Santesmases, M. (2004). Marketing, Conceptos y Estrategias. 5ª edición. Editorial Pirámide. Madrid.
- Santesmases, M. (2009). Fundamentos de Marketing. Editorial Pirámide. Madrid.
- Puchol Moreno, Luis (2007). Dirección y gestión de recursos humanos. Editorial Ediciones Díaz de Santos. 7º Edición. Madrid.
- Claver y otros (2001). Los recursos humanos en la empresa: un enfoque directivo. Editoral Cívitas.
- Albizu, E. y Landeta, J. (2001) Dirección estratégica de los recursos humanos. Editoral Pirámide. Madrid

Bibliografía complementaria

- Illera, C. y Gancedo, A. (2001). Aspectos Estratégicos de la Dirección de la Producción. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.
- Illera, C. y Molli, J. (2006). Dirección de la Producción. Prácticas y Ejercicios. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.
- Kotler, P. y otros. (2002). Introducción al Marketing. 2ª Edición Europea. Editorial Prentice Hall. Madrid.
- Kotler, P. y otros. (2006). Dirección de Marketing. 12ª Edición. Editorial Prentice Hall. Madrid.
- Cubeiro y Morcillo (1999). La Dirección y Gestión por Competencias. Comisión de principios de organización y sistema.
- Gómez Fernández, José M. (2000). Recursos humanos. Fundamentos del comportamiento humano en la empresa. Editorial Ediciones Encuentro. Madrid.
- Ariza Montes, J.A. (2014). Gestión estratégica de personas y competencias. Editorial McGraw – Hill. Madrid.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Páginas web

<http://educamarketing.unex.es>

<https://sites.google.com/site/uexpuntodemprendimiento/>

<http://mercado.unex.es/operaciones>

<http://mercado.unex.es/calidad>

<http://campusvirtual.unex.es>

<https://www.sepe.es/>

Horario de tutorías

Tutorías Programadas: El horario y lugar de las tutorías programadas se publicarán, mediante los procedimientos establecidos para ello, en cuanto sean oficialmente determinados por la Dirección del Centro.

Tutorías de libre acceso: El horario y lugar de las tutorías de libre acceso se publicarán, mediante los procedimientos establecidos para ello, en cuanto sean oficialmente aprobados por el Departamento.

Recomendaciones

Durante el transcurso de la asignatura se propondrá al alumno la lectura y discusión de textos, tanto en castellano como en inglés, la resolución de ejercicios, así como la entrega y presentación de casos prácticos y trabajos. El medio para el intercambio de documentos y entrega de trabajos será la plataforma Campus Virtual de la UEx, a través de la cual se pondrá a disposición del alumno los recursos necesarios para su estudio, y se establecerán las fechas de entrega, creación de foros, actividades, etc. Se recomienda, por tanto, el uso de los recursos disponibles a este fin.

Se recomienda la asistencia y participación en las actividades diseñadas, ya que de esa forma se mejora el proceso de aprendizaje y aumenta el éxito en las pruebas de evaluación.