

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2020/2021

Identificación y características de la asignatura											
Código	401976		Créditos ECTS				4,5				
Denominación (español)	EMPRESA Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA										
Denominación (inglés)	BUSINESS MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP										
Titulaciones	Máster Universitario en Prevención de Riesgos Laborales										
Centro	ESCUELA DE INGENIERÍAS INDUSTRIALES										
Semestre	1º	Carácter	OBLIGATORIO								
Módulo	FORMACIÓN METODOLÓGICA										
Materia	SISTEMAS DE GESTION										
Profesor/es											
Nombre	Despacho	Correo-e				Página web					
Victor Valero Amaro	B2.4	vvalero@unex.es				http://merkado.unex.es/					
Área de conocimiento	Organización de Empresas										
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología										
Profesor coordinador (si hay más de uno)											
Competencias *											
Competencias Básicas	Marcar con una " X "	Competencias Generales	Marcar con una " X "	Competencias Transversales	Marcar con una " X "	Competencias Específicas (I)	Marcar con una " X "	Competencias Específicas (II)	Marcar con una " X "	Competencias Específicas de Especialidad	Marcar con una " X "
CB6	X	CG1		CT1	X	CE1		CE10		CEO1	
CB7	X	CG2	X	CT2	X	CE2		CE11		CEO2	
CB8	X	CG3		CT3	X	CE3		CE12		CEO3	
CB9	X	CG4		CT4	X	CE4		CE13		CEO4	
CB10	X	CG5		CT5	X	CE5		CE14		CEO5	
		CG6		CT6	X	CE6	X	CE15		CEO6	
		CG7		CT7	X	CE7	X	CE16		CEO7	
		CG8	X	CT8	X	CE8		CE17		CEO8	
		CG9				CE9				CEO9	
		CG10	X								
Contenidos											
Breve descripción del contenido*											
<p>La empresa y el empresario. La empresa como sistema. Decisiones sobre organización. Decisiones sobre recursos humanos. Decisiones sobre financiación e inversión. Dirección de operaciones. Dirección comercial. El proceso de marketing. El proceso de planificación y dirección de la empresa. Características y habilidades del emprendedor. Valoración y selección de ideas de negocio. Aspectos jurídicos de la innovación y la creación de empresas.</p>											

*Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

Temario de la asignatura
<p>Denominación del tema 1: La empresa y el empresario</p> <p>Contenidos del tema 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. El papel de la empresa en la Economía. 1.2. La empresa: concepto, elementos y funciones. 1.3. La figura del empresario. 1.4. Tipología de empresas. 1.5. La empresa como sistema. 1.6. El entorno empresarial. <p>Descripción de las actividades prácticas del tema 1: Análisis de casos (1 hora, Grupo Grande).</p>
<p>Denominación del tema 2: Estructura funcional de una empresa</p> <p>Contenidos del tema 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1. La dirección de la empresa. 2.2. La dirección financiera de la empresa. 2.3. La dirección comercial de la empresa. 2.4. La dirección de operaciones de empresa. 2.5. La dirección de personas. 2.6. Organización de la empresa. <p>Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Elaboración de un diagnóstico DAFO (2 horas, Seminario). Responsabilidad Social Empresarial (1 hora, Seminario).</p>
<p>Denominación del tema 3: La empresa y el mercado</p> <p>Contenidos del tema 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Concepto de mercado. 3.2. Introducción al marketing. 3.3. Estrategias de marketing. <p>Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Técnicas de segmentación de mercados (2 horas, Seminario).</p>
<p>Denominación del tema 4: La iniciativa emprendedora</p> <p>Contenidos del tema 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4.1. La actitud emprendedora. 4.2. Perfil del emprendedor. <p>Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Análisis de casos (2 horas, Seminario).</p>
<p>Denominación del tema 5: Modelos de negocio</p> <p>Contenidos del tema 5:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5.1. La idea de negocio. 5.2. El modelo Canvas. 5.3. El modelo Lean Start-Up. 5.4. El modelo de construcción de valor. 5.5. El plan de negocio 5.6. Comunicación de la idea de negocio. <p>Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Construcción de un modelo Canvas (2 horas, Grupo Grande). Realización de un Elevator Pitch (2 horas, Seminario).</p>
<p>Denominación del tema 6: Recursos para el negocio</p> <p>Contenidos del tema 6:</p> <ol style="list-style-type: none"> 6.1. Fuentes de financiación. 6.2. Gestión financiera y análisis de inversiones.

6.3. Construcción de previsiones y planes financieros.

Descripción de las actividades prácticas del tema 6:
Desarrollo de un plan financiero (2 horas, Seminario).

Actividades formativas*

Horas de trabajo del alumno por tema		Horas teóricas	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	Trabajo independiente
Tema	Total	GG	PCH	LAB	ORD	SEM	TP	EP
1	9	4						5
2	12,5	4,5				3		5
3	15	5				2		8
4	16	5				2		9
5	20	7				2		11
6	17	6				2		9
Evaluación **	23	2,5						20,5
TOTAL	112,5	34				11		67,5

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

PCH: prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)

LAB: prácticas laboratorio o campo (15 estudiantes)

ORD: prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas (30 estudiantes)

SEM: clases problemas o seminarios o casos prácticos (40 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. Clases teóricas presenciales y/o virtuales.	X
2. Clases prácticas de problemas, de laboratorio, campo o aula de informática; presenciales y/o virtuales.	
3. Presentación de trabajos.	X
4. Visitas técnicas, exposiciones, conferencias, etc.	
5. Tutorías individuales o grupales.	X
6. Comunicación oral y escrita a través de foros en el ámbito de las TICs.	
7. Preparación y desarrollo de tareas, trabajos de investigación (individual y en grupo), lecturas, prácticas, etc., a través de medios impresos y tecnológicos.	X
8. Prácticas de empresa.	
9. Estudio del alumno. Preparación y análisis individual de textos, casos, problemas, etc.	X
10. Aprendizaje autónomo del alumno apoyado con recursos Web.	X
11. Aprendizaje basado en proyectos.	

** Indicar el número total de horas de evaluación de esta asignatura.

Resultados de aprendizaje*

Al final de la asignatura, se espera que el alumno sea capaz de:

- Conocer el concepto de empresa, entender su contexto normativo y comprender la importancia del entorno de la empresa y la influencia que genera sobre su actividad profesional.
- Conocer los pasos necesarios para la creación de una empresa, así como los diferentes tipos de empresa y sus distintas características.
- Elegir el organigrama y estructura adecuado para una organización, de acuerdo a su actividad, tamaño y recursos.
- Conocer las etapas de un proceso de planificación y desarrollar un proceso de planificación estratégica en una empresa.
- Identificar las áreas de decisión fundamentales de una empresa, así como adoptar decisiones básicas sobre aspectos operativos, comerciales y financieros de una organización.
- Elaborar un plan de empresa que desarrolle una idea de negocio y evalúe la viabilidad comercial y financiera de dicha idea.

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 el concepto de empresa, su tipología, estructura, contexto normativo y entorno en el que actúa. (CB6, CB7, CB10, CG2, CE6)

CE2: Conocer los pasos y procesos necesarios para la creación del plan estratégico de una empresa. (CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CG2, CG8, CE6, CE7)

CE3: 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. (CB6, CB8, CG2, CG10, CT1, CT2, CT4, CT5, CT6, CT8, CE7).

CE4: Ser capaz de realizar un análisis financiero para una empresa o alternativa de inversión. (CB6, CB7, CG8, CG10, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CE6, CE7)

CE5: Ser capaz de redactar y comunicar un plan de negocio para una idea de empresa. (CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CG10, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CE6, CE7)

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 (presencial).	0%-70%	40%	40%	70%
2. Presentación y defensa de trabajos y memorias propuestos, individualmente y/o en grupo.	0%-25%	25%	25%	0%
3. Entrega de memorias o ejercicios propuestos (en aula o a través de plataforma Web).	20%-50%	20%	20%	20%

4. Asistencia, seguimiento y participación activa en las clases, prácticas y otras actividades presenciales y/o a través de plataforma Web..	10%-25%	15%	15%	10%
--	---------	-----	-----	-----

Descripción de las actividades de evaluación

Estas actividades de evaluación se concretan en los siguientes instrumentos:

Convocatorias ordinaria y extraordinaria:

1. **PRUEBAS ESCRITAS (R ; REQ):** Suponen el 40% de la calificación final de la asignatura. Estas pruebas escritas son un requisito básico para poder computar en la nota final de la asignatura la calificación de los otros instrumentos de evaluación; por tanto, **se exige que el alumno apruebe la prueba escrita para poder aprobar la asignatura.** La prueba consistirá en un **examen final** que 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 y problemas. Para aprobar el examen final se requiere una nota igual o superior a 5, en una escala 0-10.
2. **OTROS INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN (NR):** Suponen el 60% 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 el examen final de la asignatura.
 - 2.1. **Realización de ejercicios y pruebas realizados en las actividades de Seminario:** se valorará positivamente cuando el alumno realice, al menos, al 80% de las actividades programadas. Este instrumento supone el 20% de la calificación final de la asignatura.
 - 2.2. **Redacción y entrega de un trabajo, consistente en la realización de un plan de negocio:** se valorará la realización correcta del mismo, atendiendo a su temática, objetivos y conclusiones alcanzadas. Del mismo modo, también se evaluará la redacción y originalidad de la propuesta, así como su exposición y presentación pública. Este instrumento supone el 25% de la calificación final de la asignatura.
 - 2.3. **Participación activa en las actividades desarrolladas en clase.** A lo largo del Curso se plantearán diversas actividades, tanto individuales como grupales, de aprendizaje/evaluación, en las que el alumno puede participar. Las actividades pueden ser presenciales o virtuales a través del Campus Virtual de la UEx. Este instrumento supone el 15% de la calificación final de la asignatura.

Prueba de Evaluación Global:

1. **Prueba Escrita (R):** La prueba consistirá en un **examen final** que 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 y problemas. Para aprobar el examen final se requiere una nota igual o superior a 5, en una escala 0-10.
2. **Realización de ejercicios (R):** Este instrumento supone el 20% de la calificación final de la asignatura. Se realizarán en la fecha fijada por el Centro en su calendario oficial de exámenes. Estos problemas y ejercicios se valorarán en una escala 0-10

NR = No recuperable; R = Recuperable; REQ = Requisito para otra actividad

Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía básica

- 1.- **Maynar, P. La Economía de la Empresa en el Espacio de Educación Superior. McGraw- Hill. 2008. Madrid**
- 2.- Bueno, E. Curso Básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización. Pirámide. 2004. Madrid
- 3.- Díez, E.P.; Galán, J.L. y Martín, E. Introducción a la Economía de la Empresa I. Pirámide. 2002. Madrid.
- 4.- Miranda, F. J.; Rubio, S.; Chamorro, A. y Bañegil, T. Manual de Dirección de Operaciones. Thomson. 2004. Madrid.
- 5.- Santesmases, M. Marketing. Conceptos y Estrategias. 5ª ed. Pirámide. Madrid. 2004.

Bibliografía complementaria

- 1.- Krugman, P. y otros. Fundamentos de Economía. Editorial Reverté. 2008
- 2.- Lacalle, M.C. y otros. Economía para Ingenieros. Thomson. 2004. Madrid.
- 3.- Illera, C. y Molli, J. (2006). Dirección de la Producción. Prácticas y Ejercicios. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.
- 4.- Mochón, F. Economía. Teoría y Política. McGraw-Hill. 1993. Madrid.
- 5.- O'Sullivan, A. y Sheffrin, S. Economía. Principios e Instrumentos. Prentice Hall. 2003. Madrid.
- 6.- Samuelson, P. y Nordhaus, W. Economía. McGraw-Hill. 1993. Madrid.
- 7.- Kotler, P. y otros. (2002). Introducción al Marketing. 2ª Edición Europea. Editorial Prentice Hall. Madrid. Este recurso está disponible en formato electrónico a través de <http://biblioteca.unex.es>

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Páginas web

<http://www.eumed.net>
<http://www.ine.es>
<http://www.bde.es>
<http://www.unex.es>
<http://eii.unex.es>
<http://biblioteca.unex.es>
<http://www.mtas.es>
<http://www.minhac.es>
<http://empleo.unex.es>
<http://www.juntaex.es>