

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2021/2022

Identificación y características de la asignatura			
Código	500043	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	ECONOMIA DE LA EMPRESA		
Denominación (inglés)	BUSINESS ECONOMICS		
Titulaciones	GRADO EN TURISMO		
Centro	FACULTAD DE EMPRESA, FINANZAS Y TURISMO		
Semestre	1º	Carácter	FORMACION BASICA
Módulo	FORMACION BASICA		
Materia	EMPRESA		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
ELIADES MARIA PALOMINO SOLIS	26 de FEFT	palomino@unex.es	Facultad
Área de conocimiento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
Departamento	DIRECCION DE EMPRESAS Y SOCIOLOGIA		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			

Competencias*
Competencias BASICAS
CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudios que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
Competencias GENERALES

* 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.

CG1 - Poseer y comprender conocimientos que posibiliten la realización de tareas de responsabilidad en el ámbito del turismo.
CG10 - Capacidad de innovación.
CG11 - Adquisición de habilidades comunicativas orales y escritas.
CG12 - Habilidades de aprendizaje que permitan al estudiante aprender de los problemas y le motiven a seguir una formación continua.
CG13 - Motivación por la calidad
CG2 - Capacidad de análisis y de síntesis.
CG6 - Capacidad para trabajar en equipo.
CG9 - Potenciar un compromiso ético con el trabajo.
Competencias TRANSVERSALES
CT1 - Poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria.
CT12 - Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad
CT14 - Capacidad para la toma de decisiones
CT15 - Trabajo en un contexto internacional
CT16 - Transmitir información, ideas, problemas y soluciones.
CT2 - Aplicar los conocimientos a su trabajo y resolución de problemas dentro de su área de estudio.
CT5 - Capacidad para de adaptación a nuevas situaciones
CT6 - Aprendizaje autónomo
CT7 - Capacidad de gestión de la información
CT8 - Capacidad creativa
CT9 - Habilidades en las relaciones interpersonales
Competencias ESPECÍFICAS
CE15 - Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación (CLBT22)
Contenidos
Breve descripción del contenido*
<p>Empresa y empresario. Empresa como organización. Dirección empresarial y proceso de decisión Dirección de recursos humanos Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa Dirección de operaciones en la empresa Dirección de marketing</p>
Temario de la asignatura
<p>Denominación del tema 1: LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO.</p> <p>Contenidos del tema 1:</p> <p><u>Teoría</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. La empresa como realidad o unidad económica. 1.2. Los objetivos de la empresa. Su configuración. 1.3. El empresario. <p><u>Práctica (presencial individual)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> a) Resolución práctica de casos relacionados con la teoría impartida en el tema 1.
<p>Denominación del tema 2: LA EMPRESA Y SU ENTORNO.</p> <p>Contenidos del tema 2:</p> <p><u>Teoría</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Concepto de entorno empresarial. 2.2. Clases o tipos de entorno empresarial. <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1. El entorno general. 2.2.2. El entorno específico. 2.3. El proceso de toma de decisiones en la empresa.

<p><u>Práctica (presencial individual)</u></p> <p>a) Resolución práctica de casos relacionados con la teoría impartida en el tema 2.</p>
<p>Denominación del tema 3: LOS SUBSISTEMAS QUE COMPONEN LA EMPRESA: EL SISTEMA DE ADMINISTRACION-DIRECCION.</p> <p>Contenidos del tema 3:</p> <p><u>Teoría</u></p> <p>3.1. La Empresa como Sistema. 3.2. Descripción de los subsistemas que componen la empresa. 3.2.1. El Sistema de administración-dirección de la empresa.</p> <p><u>Práctica (presencial individual)</u></p> <p>a) Resolución práctica de casos relacionados con la teoría impartida en el tema 3.</p>
<p>Denominación del tema 4: EL SISTEMA FINANCIERO DE LA EMPRESA.</p> <p>Contenidos del tema 4:</p> <p><u>Teoría</u></p> <p>4.1. El Sistema Financiero: Función financiera o Subsistema de Financiación n la empresa. 4.2. El Sistema Financiero: Las inversiones o Subsistema de Inversión en la empresa. 4.3. Selección de inversiones.</p> <p><u>Práctica (presencial individual)</u></p> <p>a) Resolución práctica de casos relacionados con la teoría impartida en el tema 4.</p>
<p>Denominación del tema 5: EL SISTEMA DE PRODUCCION O DE OPERACIONES DE LA EMPRESA.</p> <p>Contenidos del tema 5:</p> <p><u>Teoría</u></p> <p>5.1. La función productiva de la empresa. 5.2. El proceso productivo. 5.3. La capacidad productiva y la localización de las instalaciones. 5.4. Gestión de los inventarios.</p> <p><u>Práctica (presencial individual)</u></p> <p>a) Resolución práctica de casos relacionados con la teoría impartida en el tema 5.</p>
<p>Denominación del tema 6: EL SISTEMA DE COMERCIALIZACION O MARKETING DE LA EMPRESA</p> <p>Contenidos del tema 6:</p> <p><u>Teoría</u></p> <p>6.1. La función comercial o función de marketing de la empresa. 6.2. El producto. 6.3. El precio. 6.4. La distribución 6.5. La promoción o comunicación.</p> <p><u>Práctica (presencial individual)</u></p> <p>a) Resolución práctica de casos relacionados con la teoría impartida en el tema 6.</p>

Actividades formativas*								
Horas de trabajo del alumno por tema		Horas teóricas	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	PCH	LAB	ORD	SEM	TP	EP

1 Teoría	10	4					6
1 Práctica	4	2					2
2 Teoría	10	4					6
2 Práctica	5	2					3
3 Teoría	22	8					14
3 Práctica	5	2					3
4 Teoría	17	7					10
4 Práctica	17	6					11
5 Teoría	18	7					11
5 Práctica	8	3					5
6 Teoría	21	8					13
6 Práctica	5	2					3
Evaluación **	8	5					3
TOTAL	150	60					90

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*

1. Método expositivo que consiste en la presentación por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. También incluye la resolución de problemas ejemplo por parte del profesor.
2. Método basado en el planteamiento de problemas, casos, búsqueda de información, etc. por parte del profesor y la resolución de los mismos por los estudiantes en el aula. Los estudiantes de forma colaborativa desarrollan e interpretan soluciones adecuadas a partir de la aplicación de procedimientos de resolución de problemas.
5. Situación de aprendizaje/evaluación en la que el alumno realiza alguna prueba que sirve para reforzar su aprendizaje y como herramienta de evaluación.

Resultados de aprendizaje*

Poseer y comprender conocimientos en un área de estudio.

Aplicar los conocimientos a la práctica y resolver problemas específicos dentro de su área con ayuda de las TIC.

Saber trabajar de forma autónoma y en grupo.

Emitir juicios críticos que incluyan una reflexión y un compromiso con la calidad.

Buscar, transmitir y gestionar información, ideas, e identificar problemas y soluciones.

Presentar suficiente autonomía para cursar estudios posteriores satisfactoriamente.

Lo anteriormente expuesto permitirá que el alumno conozca qué es la empresa desde el punto de vista económico y comprenderá su importancia en la sociedad, la importancia e influencia del entorno en la determinación de las decisiones y estrategias empresariales, podrá encontrar la solución más adecuada entre diferentes alternativas para la toma de decisiones financieras, aplicará los diferentes criterios de selección de inversiones para evaluar las alternativas de inversión de una organización, conocerá cuáles son los diferentes tipos de decisiones de producción, podrá usar las variables de marketing-mix para la adopción de decisiones comerciales eficientes y utilizar con habitualidad y facilidad la información procedente de fuentes diversas, así como analizar y criticar los contenidos, valorando positivamente la innovación y creatividad en el ámbito de las relaciones empresa-mercado.

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

Sistemas de evaluación*

Atendiendo a la normativa vigente, se proponen las siguientes modalidades de evaluación:

- Modalidad de evaluación continua: esta modalidad de evaluación consiste en 10 pruebas no recuperables que representarán el 20% de la nota final y una prueba final que se realizará en la fecha oficial en cada convocatoria. Esta prueba final representará el 80% de la nota final.
- Modalidad de evaluación global: esta modalidad consiste en una única prueba final que englobará todos los contenidos de la asignatura y que se realizará en la fecha oficial de cada convocatoria. Esta prueba final representará el 100% de la nota final.

La elección de la modalidad de evaluación corresponde a los estudiantes, que deben comunicarlo al profesor mediante la tarea que encontrarán en el campus virtual durante el primer cuarto de impartición de las clases. En esa tarea se debe elegir la modalidad de evaluación para la convocatoria ordinaria y también para la convocatoria extraordinaria. En caso de ausencia de solicitud expresa por parte del estudiante, la modalidad asignada será la de evaluación continua.

Dado que la nota mínima que se puede obtener en esta asignatura es 0,0 puntos, y la nota máxima 10,0 puntos, será preciso que el alumno (sea de un sistema de evaluación u otro) obtenga una nota mínima de 5 puntos para superar la asignatura.

Es imprescindible llevar al examen u exámenes efectuados:

- Calculadora..
- Bolígrafo, lápiz y goma.
- DNI, pasaporte o documento identificativo análogo

Será expulsado del examen aquel alumno que tenga un teléfono móvil encendido o a su alcance en el transcurso del examen.

No está permitida la utilización de dispositivos con almacenamiento adicional como tarjetas SD, MiniSD, MMC, Compact Flash, de memoria RAM, etc. Tampoco la utilización de ningún dispositivo con sistema de transmisión inalámbrica de datos (calculadoras, PDA, relojes, etc. con transmisión por infrarrojos, WIFI, Bluetooth, radio, GPRS, etc.). Será expulsado del examen aquel alumno que tenga a su alcance, en el transcurso de la prueba, cualquier dispositivo con las características mencionadas anteriormente.

Los enunciados de los exámenes deberán ser entregados antes de salir del aula.

Bibliografía (básica y complementaria)

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA (De los libros mencionados en la bibliografía básica, son igualmente válidos las ediciones editadas en años anteriores a los que figuran a continuación):

- BUENO CAMPOS, E. (2011): *Curso básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización*. Ed. Pirámide. Madrid.
- DIEZ DE CASTRO, E.; GALAN GONZALEZ, J.L; MARTIN ARMARIO, E. (2009): *Introducción a la Economía de la Empresa I*. Ed. Pirámide. Madrid.
- DIEZ DE CASTRO, E.; GALAN GONZALEZ, J.L; MARTIN ARMARIO, E. (2007): *Introducción a la Economía de la Empresa II*. Ed. Pirámide. Madrid.

- MAYNAR MARIÑO, P. (2007): *La Economía de la Empresa en el Espacio de Educación Superior*. McGraw-Hill: Madrid.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA (U OTRA BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA):

- CASTILLO CLAVERO, A.M. Y OTROS (2003): *Introducción a la Economía y Administración de Empresas*. Ed. Pirámide. Madrid.
- CASTILLO CLAVERO, A.M. Y OTROS (1992): *Prácticas de Gestión de Empresas*. Ed. Pirámide. Madrid.
- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2006): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y habilidades directivas*. Ed. Thomson. Madrid.
- MADRID GARRE, M.F.; LÓPEZ YEPES, J.A. (1993): *Supuestos de Economía de la Empresa*. Ed. Pirámide. Madrid.
- MARTIN DE CASTRO, G.; MONTORO SANCHEZ, M.A.; DIEZ VIAL, I. (2016): *Fundamentos de Administración de Empresas*. Ed. Cívitas-Thomson Reuters. Madrid.
- PÉREZ GOROSTIZA, E. (1990): *Economía de la Empresa (introducción)*. Ed. Centro de Estudios Ramón Araces S.A. Madrid.
- PÉREZ GOROSTIZA, E. (1998): *Prácticas de Administración de Empresas*. Ed. Pirámide. Madrid.
- SUÁREZ SUÁREZ, A. (2005): *Decisiones óptimas de Inversión y Financiación de Empresas*. 21ª edición. Ed. Pirámide. Madrid.

Otros recursos y materiales docentes complementarios