

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura/Módulo	Fundamentos de la Empresa
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE)
Facultad/Escuela	Facultad de Ciencias Sociales
Curso	1
Créditos (ECTS)	6 ECTS
Carácter	Básica
Idioma/s	Castellano e inglés
Modalidad	Presencial
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2025 - 2026
Docente coordinador	

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Ofrece una comprensión integral de qué es una empresa, cómo funciona y cuál es su papel dentro del entorno económico y social. A través de este módulo, los estudiantes adquieren una visión global de las funciones empresariales básicas, desde la organización interna hasta la toma de decisiones estratégicas.

En el contexto actual, marcado por la transformación digital, la sostenibilidad, la innovación constante y la necesidad de adaptarse a entornos cambiantes, entender los fundamentos de la empresa es más relevante que nunca. Esta asignatura no solo proporciona conceptos esenciales como misión, visión, entorno, estructura organizativa o tipos de empresa, sino que también desarrolla la capacidad crítica para analizar cómo las empresas generan valor y cómo pueden hacerlo de forma responsable, eficiente y competitiva.

Además, permite a los estudiantes construir una base sólida sobre la que apoyarse en asignaturas futuras, y los prepara para identificar oportunidades, resolver problemas reales y tomar decisiones conscientes desde una perspectiva global y ética.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos:

CON01. Describir los conceptos básicos de la materia, sus normas y sus elementos principales.

CON02. Identificar diferentes partes, fases o componentes dentro del contexto de la materia y su clasificación.

- Describir los conceptos básicos sobre la empresa, su definición y sus elementos principales.
- Identificar los diferentes tipos de empresa y criterios de clasificación.

- Describir la relación de la empresa con su entorno y con los distintos agentes de ese entorno.
- Presentar el papel de la dirección de la empresa y el proceso de dirección.
- Identificar las distintas áreas funcionales de la empresa y su interacción.

Habilidades:

HAB01. Resolver casos prácticos y ejemplos relativos a los contenidos y contexto de la materia.

- Manejar instrumentos prácticos para cálculos económicos propios de la actividad empresarial.

Competencias:

CP01. Valorar los aspectos claves del funcionamiento de las empresas y de la dirección empresarial, así como los tipos de empresas y el papel del empresario en una economía de mercado y la responsabilidad ética y social derivada.

CP02. Diseñar un plan estratégico y de negocio basado en la recopilación e interpretación de la información y del entorno competitivo de una empresa a nivel internacional.

CP07. Integrar la información procedente del entorno económico, social, fiscal y jurídico necesario para la toma de decisiones en la empresa y la resolución de problemas y retos en el ámbito académico y profesional.

CP11. Interpretar los principios en los que se basa el liderazgo empresarial, la dirección de recursos humanos, la gestión de equipos de trabajo y la comunicación interna en la empresa, así como la creatividad e innovación, la capacidad de adaptación y las habilidades de negociación y comunicación en la empresa.

4. CONTENIDOS

A continuación, se indican los contenidos de la asignatura/módulo:

- La empresa y su entorno.
- La figura del empresario y la dirección empresarial.
- La función de operaciones.
- Organización y recursos humanos.
- La función financiera de la empresa.
- La función de marketing.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se desarrollarán a lo largo de la asignatura/módulo:

- Clase magistral
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se detallan los tipos de actividades formativas previstas, incluyendo la dedicación en horas que se espera por parte del estudiante para cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	12
Seminarios de aplicación práctica	18
Análisis de casos	16
Resolución de problemas	12
Exposiciones orales de trabajos	2
Elaboración de informes y escritos	12
Trabajo autónomo	56
Debates y coloquios	8
Tutoría	12
Pruebas de evaluación presenciales	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

Cada actividad formativa evaluable constituye una oportunidad para el estudiante para progresar, recibir feedback y consolidar conocimientos, habilidades y competencias. Los Resultados de Aprendizaje, recogidos en esta guía, orientan este proceso y actúan como referentes para su consecución.

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación final de la asignatura/módulo:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso (%)
Pruebas de evaluación presenciales	50%
Exposiciones orales	10%
Informes y escritos	15%
Caso / problema	15%
Evaluación del desempeño	10%

En el Campus Virtual, al acceder a la asignatura/módulo correspondiente, se puede consultar en detalle la información relativa a los sistemas de evaluación, incluyendo las fechas de entrega y los procedimientos aplicables a cada uno de ellos.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura/módulo en convocatoria ordinaria, el estudiante deberá obtener una calificación mayor o igual a 5,0 (sobre 10), en todos los sistemas de evaluación propuestos en esta guía. La calificación final se calculará a partir de la media ponderada de todos los sistemas de evaluación descritos.

Si en alguno de los sistemas de evaluación, propuestos en la presente guía, se obtuviese una nota inferior a 5,0 (sobre 10), la calificación final de la asignatura/módulo sería “suspense” aunque, en el resultado de la media ponderada se obtuviese un valor superior a 5,0 (sobre 10). En este último caso, la asignatura/módulo, seguiría estando “suspense” obteniendo una calificación final de la asignatura/módulo de 4,0 (sobre 10).

Entrega de actividades

El cumplimiento de los plazos de entrega es esencial para garantizar la equidad y la planificación del proceso formativo.

En caso de no entregar una actividad formativa evaluable en tiempo y forma, y sin justificación previa, esta no será evaluada y, por tanto, constará como “no presentado”.

Se anima al estudiante a comunicar con antelación suficiente al docente de la asignatura/módulo, cualquier dificultad que pueda afectar a su participación en cualquier actividad.

Asistencia

La participación activa en las sesiones formativas es un componente clave del aprendizaje. Para superar la asignatura/módulo, se requiere acreditar al menos un 50 % de asistencia. En caso de no alcanzarse este porcentaje mínimo, el docente podrá considerar la asignatura/módulo como “suspense”, conforme al reglamento de evaluación de la Universidad Europea de Andalucía.

7.2. Convocatoria extraordinaria

La convocatoria extraordinaria ofrece una nueva oportunidad al estudiante para evidenciar su aprendizaje. Para superarla, será necesario obtener una calificación final (media ponderada) igual o superior a 5,0 sobre 10,0).

Entrega de actividades

El estudiante deberá presentar y superar aquellas actividades formativas obligatorias no entregadas o no superadas en la convocatoria ordinaria, respetando los nuevos plazos establecidos. En el caso de incumplimiento de estos nuevos plazos de entrega, supondrá la no evaluación de la actividad y, por tanto, constará como “no presentado”.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se presenta el cronograma con las fechas de entrega de las actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 9-10
Actividad 2	Semana 11-12
Actividad 3	Semana 15-16

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. REFERENCIAS

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Kotler, P. (2017). Fundamentos del marketing. España: Adison.
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0: moving from traditional to digital.
- John Wiley & Terreros, D. (2021). Pirámide de Maslow: qué es y cómo aplicarla en marketing (con ejemplos).

10. ÁREA DE ORIENTACIÓN, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde el Área de Orientación, Diversidad e Inclusión (ODI) se ofrece acompañamiento a los estudiantes a lo largo de su trayectoria universitaria, con el propósito de facilitar su desarrollo académico y personal, y apoyarles en el logro de sus metas. Esta área centra su labor en tres pilares fundamentales: la inclusión de estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, la promoción de la accesibilidad universal en la comunidad educativa y la garantía de igualdad de oportunidades para todos.

Entre los servicios que se ofrecen, se encuentran:

- **Acompañamiento y seguimiento académico**, a través de la realización de asesorías y la elaboración de planes personalizados dirigidos a quienes requieren mejorar su rendimiento académico.
- **Atención a la diversidad**, mediante la implementación de ajustes curriculares no significativos -en aspectos metodológicos y de evaluación- para alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo, con el fin de garantizar la equidad de oportunidades.
- **Recursos formativos extracurriculares**, orientados al desarrollo de competencias personales y profesionales que contribuyan al crecimiento integral de los estudiantes.
- **Orientación vocacional**, mediante la provisión de herramientas y asesoramiento a quienes tengan inquietudes sobre su elección de titulación o estén considerando un cambio en su trayectoria formativa.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden contactar con el área a través del siguiente correo electrónico: orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Participar en las encuestas de satisfacción es una oportunidad enriquecedora para contribuir a la mejora continua de la titulación, así como de la institución. Gracias a ellas, es posible identificar qué aspectos

académicos, del equipo docente y del proceso de enseñanza-aprendizaje están funcionando bien y cuáles pueden seguir mejorándose.

Con el objetivo de fomentar una participación activa en la cumplimentación de encuestas entre los estudiantes, se han puesto en marcha distintas vías de difusión. Las encuestas están disponibles en el espacio habilitado en el Campus Virtual y también se envían por correo electrónico para facilitar el acceso.

Las respuestas recogidas permiten la toma de decisiones que impactan directamente en la calidad de la experiencia formativa y en el día a día de la comunidad universitaria.