

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Gestión de la empresa / Business Management
Titulación	Grado en Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	Primero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Básica (Área Empresa)
Idioma/s	Español e Inglés
Modalidad	Presencial y online
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2023-2024
Docente coordinador	Ana María Villagrasa Mejía

2. PRESENTACIÓN

Gestión de la Empresa es una materia básica dentro del Grado en Marketing, con un valor de 6 créditos ECTS. El objetivo general es que el alumno/a conozca, entienda y aplique el funcionamiento básico de la empresa, desde la perspectiva de la planificación, la organización, la gestión y el control y su administración en la práctica, así como de áreas funcionales fundamentales.

Se estudiarán los papeles del empresario y del emprendedor, y también las tendencias modernas como la RSE y la ética en el negocio. Esta asignatura sienta las bases y conocimientos esenciales para desempeñar una labor de gestión empresarial. Asimismo, se introducen en esta materia los conocimientos concernientes a la estructura empresarial, organización interna y las áreas funcionales,

El curso se orientará también a promover el espíritu emprendedor conociendo primeras nociones sobre cómo detectar oportunidades de negocio, como realizar un business plan, un canvas model y otros métodos y técnicas propias de la gestión empresarial.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB02: 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.
- CB03: 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.

Competencias transversales:

- CT04: Capacidad de análisis y síntesis: ser capaz de descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes; también evaluar otras alternativas y perspectivas para encontrar soluciones óptimas. La síntesis busca reducir la complejidad con el fin de entenderla mejor y/o resolver problemas.
- CT08: Gestión de la información: Capacidad para buscar, seleccionar, analizar e integrar información proveniente de fuentes diversas.
- CT09: Habilidades en las relaciones interpersonales: Capacidad de relacionarse positivamente con otras personas por medios verbales y no verbales, a través de la comunicación asertiva, entendiéndose por ésta, la capacidad para expresar o transmitir lo que se quiere, lo que se piensa o se siente sin incomodar, agredir o herir los sentimientos de la otra persona.
- CT10: Iniciativa y espíritu emprendedor: Capacidad para acometer con resolución acciones dificultosas o azarasas. Capacidad para anticipar problemas, proponer mejoras y perseverar en su consecución. Preferencia por asumir y llevar a cabo actividades.
- CT12: Razonamiento crítico: Capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.
- CT13: Resolución de problemas: Capacidad de encontrar solución a una cuestión confusa o a una situación complicada sin solución predefinida, que dificulte la consecución de un fin.
- CT15: Responsabilidad: Capacidad para cumplir los compromisos que alcanza la persona consigo mismo y con los demás a la hora de realizar una tarea y tratar de alcanzar un conjunto de objetivos dentro del proceso de aprendizaje. Capacidad existente en todo sujeto para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.
- CT16: Toma de decisiones: Capacidad para realizar una elección entre las alternativas o formas existentes para resolver eficazmente diferentes situaciones o problemas.

Competencias específicas:

- CE03: Facultad para analizar y sintetizar los resultados de los informes y estudios de mercado y tomarlos como base para la toma de decisiones aplicadas al marketing.
- CE05: Capacidad para comprender el papel del marketing dentro del proceso de planificación estratégica de la empresa (Misión – Visión – Valores – Estrategias – Plan de acción – Plan de marketing).
- CE13: Capacidad para analizar los datos económicos y de mercado obtenidos, con criterio para decidir qué información es relevante y cómo se puede utilizar, obteniendo conclusiones acertadas.
- CE17: Capacidad para organizar el trabajo de forma que se cumplan los hitos establecidos, estimando correctamente los tiempos de desarrollo de las acciones propuestas en el plan de marketing.
- CE21: Conocimiento y comprensión de los aspectos empresariales, económicos, jurídicos y de RSC que conllevan las acciones de marketing.
- CE26: Capacidad para aplicar las tecnologías adecuadas en cada actividad del marketing.

Resultados de aprendizaje:

Al terminar de cursar la asignatura, el alumno habrá:

- RA1: Comprendido los conceptos básicos sobre la empresa y su entorno, así como las principales áreas funcionales de la empresa como organización.
- RA2: Adquirido la destreza para resolver casos y actividades cooperativas que permitan demostrar el dominio de los conceptos descritos en el apartado anterior.

4. CONTENIDOS

- La empresa y su entorno.
- La figura del empresario.
- Funciones en la empresa, interconexión y sinergias.
- La función financiera de la empresa,
- La función de marketing,
- La función de operaciones
- La función de administración.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

MODALIDAD PRESENCIAL

- Método del Caso
- Aprendizaje cooperativo
- Clases magistrales

MODALIDAD ONLINE

- Método del Caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Clases magistrales mediante seminario virtual.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Tutorías grupales	10 h

Lecciones magistrales	30 h
Lecciones magistrales asíncronas	10 h
Trabajo autónomo	40 h
Exposiciones orales	10 h
Análisis de casos y resolución de problemas	20 h
Elaboración de informes y escritos	25 h
Pruebas de conocimiento	5 h
TOTAL	150 h

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	10 h
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	20 h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	30 h
Actividades de aplicación colaborativas	20 h
Tutorías	25 h
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales	5 h
Trabajo autónomo	40 h
TOTAL	150

El porcentaje de presencialidad de 50% indicado en la actividad formativa “cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales” se refiere a la obligatoriedad de presencialidad de la prueba de conocimiento. Los cuestionarios de autoevaluación se realizarán de forma online.

7. EVALUACIÓN

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

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	50%
Análisis de casos y resolución de problemas.	10%
Informes escritos (actividades individuales)	20%

Informe y exposición oral (TF).	15%
Participación Reto	5%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	50%
Análisis de casos y resolución de problemas.	15%
Informes escritos	15%
Trabajo Final y Exposición oral	20%

En la modalidad online, será necesario obtener un mínimo de 5 en la Prueba de Conocimientos presencial para poder ponderar el resto de las actividades realizadas de forma online.

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

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

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Resolución de problemas, prácticas y análisis de casos (entorno empresarial, demografía)	Semanas 1-3

Actividad 2. Resolución de problemas, prácticas y análisis de casos (emprendimiento, dirección, RSC)	Semanas 3-6
Actividad 3. Resolución de problemas, prácticas y análisis de casos (finanzas).	Semanas 7-9
Actividad 4. Resolución de problemas y análisis de casos (operaciones, administración y recursos humanos).	Semanas 10-13
Prueba/s de conocimiento	Semana 15
Actividad 5. Elaboración de trabajo/s sobre empresa real.	Semanas 15-16
Presentaciones (TF) (grupo)	Semana 18

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

9. BIBLIOGRAFÍA

Las obras de referencia para el seguimiento de la asignatura son:

- Pérez Gorostegui, E. (2021). Dirección de Empresas. Edit. Librería Universitaria Ramón Areces.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2021). Management. 30th Edition. Ed. Pearson.
- Iborra, M., Dasi, Á., Dolz, C. y Ferrer, C. (2011). Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y habilidades directivas. Ediciones Paraninfo SA, Madrid, España.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Bueno, E. (2011). Curso Básico de Economía de la Empresa, Pirámide, Madrid.
- Casado, J.M. (2003). El valor de la persona. Nuevos principios para la gestión del capital humano. Editorial Financial Times-Prentice Hall, Madrid.
- Durbán, S. (2008). Dirección Financiera. McGraw-Hill, México.
- Fernández, E. (2006). Estrategia de producción. Editorial McGraw-Hill, Madrid.
- Fernández, E., Junquera, B. y Del Brío, J. (2008). Iniciación a los negocios. Aspectos Directivos. Editorial Paraninfo, Madrid.
- González, F.J. (2006): Creación de empresas. Guía del emprendedor. Pirámide. Madrid.
- Koontz, H. Wehrich, H., Cannice, M.V. (2017). Administración: Una perspectiva Global. McGraw Hill.
- Kotler, P. (2015). Fundamentos de Marketing. Editorial Addison-Wesley, Madrid.
- Kotler, P. (2013). Marketing 3.0. Editorial LID, Madrid.
- Maynar, P. y otros (2008): La Economía de la Empresa en el espacio europeo de educación superior. McGraw Hill Interamericana, Madrid.
- Miranda, F.J. (2004). Manual de dirección de operaciones. Ediciones Paraninfo, Madrid.
- Moro, M. y Rodés, A. (2014). Marketing digital. Editorial Paraninfo, Madrid.
- Navas, J. y Guerras, L. (2016). Fundamentos de dirección estratégica. Thomson Reuters. Civitas, Pamplona.
- Ollé, M. y otros (1997): El plan de empresas. Cómo planificar la creación de una empresa. Editorial Marcombo. Boixareu Editores. Barcelona.
- Pérez Gorostegui, E. (2017). Curso de economía de la empresa. Introducción. Editorial CERA, Madrid.

- Priede, T.; López-Cózar, C y Benito, S. (2010). Creación y desarrollo de empresas. Pirámide, Madrid.
- Sainz de Vicuña, J.M. (2015). Plan de marketing en la práctica. Editorial ESIC, Madrid.
- Suárez, A. (1994). Curso de Introducción a la Economía de la Empresa, Pirámide, Madrid.
- Suárez, A. (2005): Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa. Editorial Pirámide, Madrid

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.