

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Fundamentos de la empresa
<b>Titulación</b>	Grado en Ingeniería en Matemática
<b>Escuela/ Facultad</b>	Arquitectura, Ingeniería, Ciencia y Computación - STEAM
<b>Curso</b>	Primero
<b>ECTS</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Básica
<b>Idioma/s</b>	Español
<b>Modalidad</b>	Presencial y Online
<b>Semestre</b>	Primer semestre
<b>Curso académico</b>	2024/2025
<b>Docente coordinador</b>	Máximo Cortés
<b>Docente</b>	

## 2. PRESENTACIÓN

Fundamentos de la Empresa es una materia básica dentro del Grado en Administración y Dirección de Empresas, con un valor de 6 créditos ECTS. La asignatura de Fundamentos de la empresa se constituye como una materia introductoria cuyo 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, áreas funcionales, entre otros, que serán el soporte para las restantes asignaturas del primer curso de la carrera, así como también de cursos posteriores.

## 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Conocimientos

CON1. Definir los conceptos fundamentales sobre la empresa, el empresario, y su entorno, así como las principales áreas funcionales y problemas de la empresa como organización en una economía de mercado.

Identificar los conceptos básicos sobre la empresa y su entorno, así como las principales áreas funcionales de la empresa como organización.

### Habilidades

HAB2. Resolver problemas y casos prácticos utilizando técnicas y herramientas matemáticas y de análisis de datos para la resolución de problemas económicos y la utilización de los métodos

básicos de cálculo, algebra y programación que permitan una mejor comprensión del funcionamiento operativo de la empresa y su entorno.

Analizar casos y actividades cooperativas que permitan demostrar que el alumno ha adquirido los conceptos descritos en el apartado anterior.

### **Competencias**

COMP03. Identificar y comprender el área de contabilidad, recursos humanos, marketing, comercial, y producción en la empresa aplicando las distintas herramientas disponibles para la gestión de la misma.

## **4. CONTENIDOS**

Los contenidos de la asignatura, organizados en cinco Unidades de Aprendizaje que, a su vez, agrupan varios temas, son los siguientes:

La empresa y el entorno.

- Introducción al concepto de empresa.
- El entorno de la empresa.
- Tipos de empresas.
- Las formas de crecimiento y estrategias de la empresa.

Objetivo: introducción de los aspectos básicos de la empresa y su relación con el entorno.

El empresario y la función de dirección.

- Introducción a la figura del empresario.
- La función de dirección.
- El empresario del siglo XXI y la responsabilidad social.
- Emprendimiento y plan de empresa.

Objetivo: conocer la figura y el papel del empresario en el contexto económico actual.

La función de marketing de la empresa.

- Introducción a la función de marketing.
- Estructura de un plan de marketing.
- Estrategias del marketing mix.
- Implantación y control del plan de marketing.

Objetivo: entender las cuestiones relativas a la función de marketing y la implantación de un plan de marketing en la empresa.

La función financiera de la empresa.

- Introducción a las finanzas.
- La financiación.
- La estructura económica financiera de la empresa.
- El análisis de las inversiones.

Objetivo: conocer los distintos aspectos y objetivos de la función financiera en la empresa.

La función de operaciones y la gestión de recursos humanos en la empresa.

- Diseño del proceso de producción en la empresa.
- Eficiencia, costes de producción y calidad.
- Gestión de inventarios.
- Introducción a la gestión de los recursos humanos.

Objetivo: conocer los distintos aspectos y objetivos de la función de producción y de la gestión de recursos humanos en la empresa.

## 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 online

## 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
Lecciones magistrales	40 h
Trabajo autónomo	30 h
Exposiciones orales	10 h
Análisis de casos y resolución de problemas	20 h
Actividades participativas grupales	25 h
Pruebas de conocimiento	5 h
Tutoría	15 h
Visitas / estancias externas	5 h
<b>TOTAL</b>	<b>150 h</b>

**Modalidad online:**

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	5 h
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	22,5 h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	35 h
Actividades de aplicación colaborativas	12,5 h
Tutorías	17,5 h
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento	7,5 h
Estudio autónomo	50 h
<b>TOTAL</b>	<b>150 h</b>

## 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	45%
Análisis de casos y resolución de problemas	15%
Informes escritos	15%
Exposiciones orales	25%

**Modalidad online:**

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	45%
Análisis de casos y resolución de problemas	15%
Informes escritos	15%
Exposiciones orales	25%

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 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 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 (marketing, estrategia)	Semanas 9-11
Actividad 4. Resolución de problemas y análisis de casos (finanzas).	Semanas 12-13
Actividad 5. Resolución de problemas y análisis de casos (operaciones, recursos humanos).	Semanas 13-14
Actividad 6. Elaboración de trabajo/s sobre empresa real.	Semanas 15-17
Actividad 7. Prueba/s de conocimiento y presentaciones	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

A continuación, se indica la 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.
- 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. (2014). *Fundamentos de Economía de la Empresa*. Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.
- 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.
- Santesmases, M. (2012). *Marketing: Conceptos y estrategias*, Editorial Pirámide, 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 ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y 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](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu 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.

## PLAN DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA

### CÓMO COMUNICARTE CON TU DOCENTE

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros y compañeras puedan leerla.

¡Es posible que alguien tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al docente puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar una tutoría.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por estudiantes y docentes, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En este apartado se indica el cronograma de actividades formativas, así como las fechas de entrega de las actividades evaluables de la asignatura:

Semana	Contenidos	Actividades formativas/evaluables presencial	Actividades formativas/evaluables online	Peso en la evaluación de la actividad evaluable
1-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1. Introducción al concepto de empresa.</li> <li>○ 2. El entorno de la empresa.</li> <li>○ 3. Tipos de empresas.</li> <li>○ 4. Formas de crecimiento de la empresa.</li> </ul>	A1.-Casos prácticos (entorno, demografía empresarial)	AAU1.-Análisis de la demografía empresarial española	5%
3-6	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1. Introducción a la figura del empresario.</li> <li>○ 2. El empresario del siglo XXI y la responsabilidad social.</li> <li>○ 3: Elaboración de un plan de empresa.</li> <li>○ 4: Elaboración de un plan de empresa II.</li> </ul>	A2.-Casos prácticos (dirección, emprendimiento, RSC)	AAU2.- Responsabilidad social y emprendimiento social	5%
6-9	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1. Introducción a la función de marketing.</li> <li>○ 2. Estructura de un plan de marketing.</li> </ul>	A3.-Casos prácticos (marketing, estrategia)	AAU3.-Actividad sobre la aplicación de marketing mix en un producto real y en un nuevo producto	5%

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 3. Estrategias del marketing mix.</li> <li>○ 4. Implantación y control del plan de marketing.</li> </ul>		propuesto por el estudiante.	
9-12	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1. Introducción a las finanzas.</li> <li>○ 2. La financiación.</li> <li>○ 3. La estructura económica financiera de la empresa.</li> <li>○ 4 El análisis de las inversiones.</li> </ul>	A4.-Casos prácticos (finanzas)	AAU4.-Actividad sobre la aplicación de conceptos financieros para la resolución de problemas y cuestiones de financiación-inversión en la empresa	5%
12-14	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1: Diseño del proceso de producción en la empresa.</li> <li>○ 2. Eficiencia, costes de producción y calidad.</li> <li>○ 3. Gestión de inventarios.</li> <li>○ 4. Introducción a la gestión de los recursos humanos.</li> </ul>	A5.-Casos prácticos (operaciones, recursos humanos)	AAU5.-Descripción de la función de producción de una empresa y descripción y análisis de puestos de trabajo.	5%
14-16		Trabajo en equipo: Análisis y seguimiento de una empresa real.	Trabajo en equipo: Análisis y seguimiento de una empresa real.	25%
16-18		Pruebas de conocimientos y presentaciones.	Pruebas de conocimientos y presentaciones.	50%

Este cronograma podrá sufrir modificaciones que serán notificadas al estudiante en tiempo y forma.

## DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Act.1.-Análisis de la demografía empresarial española / Casos prácticos sobre entorno y demografía.
Act.2.-Responsabilidad social y emprendimiento social / Casos prácticos sobre dirección, emprendimiento y RSC.
Act.3.-Actividad sobre la aplicación de marketing mix en un producto real y en un nuevo producto propuesto por el estudiante / Casos prácticos sobre marketing y estrategia.
Act.4.-Actividad sobre la aplicación de conceptos financieros para la resolución de problemas y cuestiones de financiación-inversión en la empresa / Casos prácticos sobre finanzas.
Act.5.-Descripción de la función de producción de una empresa y descripción y análisis de puestos de trabajo / Casos prácticos sobre operaciones y recursos humanos.
Trabajo en equipo: Análisis y seguimiento de una empresa real y exposición del trabajo.

## RÚBRICAS DE LAS ACTIVIDADES EVALUABLES

Elementos que se evalúan	Nivel de rendimiento			
	Nivel I. Inadecuado	Nivel II. Aceptable	Nivel III. Destacado	Nivel IV. Excelente
<b>Contenido del trabajo escrito (40%)</b>	El contenido de la actividad no se ajusta en absoluto a lo requerido. Demuestra una nula comprensión del problema y falta de rigor académico.	El contenido de la actividad se adapta de forma aceptable a lo solicitado, aunque faltan requerimientos que se solicitaban en la actividad y presenta cierta falta de rigor académico.	El contenido de la actividad se adapta a lo solicitado. Casi todos los requerimientos de la actividad se han llevado a cabo y se evidencia rigor y calidad.	El contenido de la actividad es exactamente lo solicitado. No falta ninguno de los elementos requeridos y demuestra un trabajo excelente y un gran rigor académico.
<b>Presentación oral (30%)</b>	Los aspectos relativos a presentación oral no son adecuados.	La presentación resulta adecuada, aunque es susceptible de mejora.	La presentación resulta clara y concisa, pero no contiene la información que se solicita.	La presentación resulta clara y concisa y contiene la información que se solicita.
<b>Aspectos formales (20%)</b>	El trabajo no se ajusta a los aspectos formales requeridos.	Los aspectos formales han sido tenidos en cuenta, aunque aún se puede mejorar.	El trabajo cumple con los principales aspectos formales requeridos.	El trabajo cumple con todos los aspectos formales requeridos demostrando gran madurez en este sentido.
<b>Trabajo en equipo (10%)</b>	No se demuestra colaboración alguna entre los miembros del equipo.	El equipo ha colaborado en la división del trabajo, pero muestra falta de cohesión interna.	Se demuestra una alta colaboración entre los miembros del grupo, pero aún es mejorable la cohesión global.	El equipo funciona perfectamente demostrando una gran cohesión interna y muy alta colaboración entre todos los integrantes .

## REGLAMENTO PLAGIO

Atendiendo al Reglamento disciplinario de los estudiantes de la Universidad Europea:

- El plagio, en todo o en parte, de obras intelectuales de cualquier tipo se considera falta muy grave.
- Las faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar las pruebas de evaluación, tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo, en el expediente académico.

## **REGLAMENTO USO DE IA**

El estudiante debe ser el autor o autora de sus trabajos/actividades.

El uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) debe ser autorizado por el docente en cada trabajo/actividad, indicando de qué manera está permitido su uso. El docente informará previamente en qué situaciones se podrá usar herramientas de IA para mejorar la ortografía, gramática y edición en general. El estudiante es responsable de precisar la información dada por la herramienta y declarar debidamente el uso de cualquier herramienta de IA, en función de las directrices que marque el docente. La decisión final sobre la autoría del trabajo y la idoneidad del uso reportado de una herramienta de IA recae en el docente y en los responsables de la titulación.