

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Administración de Empresas
Titulación	Grado en Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	Primero
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Semestre	Segundo semestre
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Violeta De Vera Martín

2. PRESENTACIÓN

La asignatura tiene por objeto introducir al alumnado en los conceptos básicos sobre la administración práctica de la empresa, así como las principales decisiones que deben tomarse en el seno de la misma. En concreto, el interés se centra en definir el concepto de empresa, el medio en el que desempeña su actividad y la función de administración.

Los objetivos de la asignatura se resumen en los siguientes puntos:

- Se pretende que el alumnado se familiarice con la terminología propia de la disciplina y que comprenda la necesidad de incorporar conocimientos de otras disciplinas (economía, psicología, matemáticas, contabilidad...)
- Se desarrollarán habilidades para el análisis de problemas empresariales, interpersonales como el trabajo en equipo y la exposición, defensa y crítica de ideas.
- Se transmitirán una serie de conceptos clave necesarios para que el alumnado pueda comprender la realidad empresarial y su problemática, sentar las bases para la ampliación de los contenidos que tendrá lugar en cursos posteriores y comprender la naturaleza de la función de administración, con especial atención a la actividad de dirección.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio 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 transversales:

- CT2 - Gestión del cambio: Capacidad de tener procesos que se emplean para garantizar que se apliquen cambios significativos en la forma ordenada, controlada y sistemática para lograr el cambio organizacional.
- CT3 - Iniciativa y espíritu emprendedor: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
- CT9 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.

Competencias específicas:

- CE9 - Conocer y comprender las áreas funcionales de la empresa y aplicar las distintas herramientas disponibles en cada una de ellas (Finanzas, Contabilidad, RRHH, Marketing y Producción), así como conocer las principales relaciones existentes entre ellas
- CE16 - Identificar los valores clave para buscar oportunidades en mercados internacionales.
- CE2 - Identificar y aplicar las nuevas tendencias en la administración de empresas: capacidad de liderazgo para la gestión de personas, gestión del conocimiento, gestión de la innovación, etc., que le permitan alcanzar un mayor desarrollo profesional y éxito empresarial en el área de marketing.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Diseño de un proceso de administración de empresas
- RA2: Realización del seguimiento de la empresa real haciendo especial mención al área de comercialización.
- RA3: Comprensión de conceptos relacionados con las competencias anteriores

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT2, CT3, CT9, CE2, CE9, CE16	RA1. Diseño de un proceso de administración de empresas
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT2, CT3, CT9, CE2, CE9, CE16	RA2. Realización del seguimiento de la empresa real haciendo especial mención al área de comercialización.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT2, CT3, CT9, CE2, CE9, CE16	RA3: Comprensión de conceptos relacionados con las competencias anteriores

4. CONTENIDOS

- Proceso administrativo Entorno empresarial

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos
- Clase magistral
- Entornos de simulación

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
Trabajo guiado (tutorías, seguimiento de aprendizaje)	12,5
Lecciones magistrales	55
Lecciones magistrales asíncronas	7,5
Trabajo autónomo del/de la alumno/a	37,5
Trabajo grupal del/ de la alumno/a	25
Otras actividades (visitas externas, conferencias...)	12,5
TOTAL	150

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
Trabajos e informes	20%
Presentaciones/Exposiciones orales	15%
Ejercicios prácticos	20%
Pruebas de conocimiento	45%

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 se deberá obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

El cálculo de la media ponderada de la asignatura y los criterios específicos para aprobar se incluyen en los anexos disponibles en el campus virtual.

7.2. Convocatoria extraordinaria

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

El cálculo de la media ponderada de la asignatura y los criterios específicos para aprobar se incluyen en los anexos de esta guía, disponibles en el campus virtual.

Para poder ser evaluado/a en una actividad suspendida o no entregada/realizada en convocatoria ordinaria, el/la estudiante deberá entregarla/realizarla nuevamente, pudiendo haber variaciones en el contenido de la actividad que el profesor indicará con suficiente antelación.

8. CRONOGRAMA

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

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Portafolios	Continuo
Actividad 2. Seguimiento de una empresa real	Semana 4 – Semana 16
Actividad 3. Trabajo en grupo	Mayo/junio 2025
Actividad 4. Pruebas de conocimiento	Semana 11 Mayo/junio 2025

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

9. BIBLIOGRAFÍA

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

- Cuervo García, A. & Vázquez Ordás, C. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Navarra: Thomson.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Aguirre, A., Castillo, A.M. & Tous, D. (2009). *Administración de organizaciones en el entorno actual*. Madrid: Pirámide.
- Bueno, E. (2010). *Curso básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Madrid: Pirámide.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la Administración*. México: Mc Graw Hill.
- Hodge, B.J., Anthony, W.P., Gales, L.M. (2005). *Teoría de la organización. Un enfoque estratégico*. Madrid: Prentice-Hall.
- Robbins, S.P., Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Prentice-Hall.

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.uec@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.