

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	FUNDAMENTOS DE LA EMPRESA
Titulación	Grado en RR.LL. y RR.HH. OL
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Curso	1º
ECTS	6
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español
Modalidad	Online
Semestre	S1
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Prof. Dr. Juan Montero Vilela

2. PRESENTACIÓN

Fundamentos de la Empresa es una materia básica dentro del Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos, 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 y su relación con el entorno, desde la perspectiva de la planificación, la organización, la gestión y el control y su administración en la práctica, así como de las áreas funcionales fundamentales: financiera, marketing, operaciones y administración.

Se estudiarán los papeles del empresario, del emprendedor y su función de dirección, 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 restantes asignaturas de la titulación.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias Básicas: CB1, CB4

- 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.
- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias Transversales: CT2, CT4, CT5

- CT2. Comunicación estratégica. Capacidad para transmitir de manera eficaz mensajes (ideas, conocimientos, sentimientos, argumentos), tanto de forma oral como escrita, de tal manera que se alineen de manera estratégica los intereses de los distintos agentes implicados en la comunicación.
- CT4. Liderazgo influyente. Capacidad para influir en otros, para poder dirigir o guiarles hacia unos objetivos concretos en momentos de cambios constantes derivados por entornos volátiles, inciertos, complejos y ambiguos (VUCA) del mundo actual. Los líderes influyentes son referentes y son capaces de lograr un alto desempeño y los mejores resultados. Sus comportamientos generosos, éticos, empáticos y de un alto índice de inteligencia emocional les permiten ejercer como modelos a seguir, logrando un alto desempeño y motivación en sus equipos.
- CT5. Trabajo en equipo. Capacidad que desarrolla la inteligencia social para cooperar con otros en la consecución de un objetivo compartido, participando de manera activa, empática y ejerciendo la escucha activa, además de una comunicación efectiva y el respeto a todos los integrantes, con madurez y eficacia. En la era digital, esa eficacia se traduce en la destreza de trabajar con otros en entornos multiplataforma, multiculturales, multilingües y multidisciplinares de manera fluida y consiguiendo los objetivos marcados.

Competencias Específicas: CE1, CE2

- CE1. Capacidad para definir el concepto de empresa y empresario y su papel en una economía de mercado.
- CE2. Capacidad para identificar y describir las principales áreas de la empresa: financiera, de operaciones, de comercialización y de dirección y de recursos humanos, así como las principales relaciones que se producen entre ellas.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Describir los conceptos básicos sobre la empresa y su relación con el entorno.
- RA2: Relatar las principales áreas funcionales de la empresa como organización.
- RA3: Definir la figura del empresario en el entorno económico y su función de dirección.
- RA4: Identificar la función financiera en la empresa.
- RA5: Reconocer la función de marketing en el entorno empresarial.
- RA6: Detallar la función de operaciones y administración.

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 del aprendizaje
CB1, CB2, CT2, CE1	RA1
CB1, CB4, CT4, CT5, CE2	RA2
CB1, CB4, CT2, CT4, CT5, CE1	RA3
CB1, CB4, CT5, CE2	RA4
CB1, CB4, CT5, CE2	RA5
CB1, CB4, CT5, CE2	RA6

4. CONTENIDOS

- La empresa y su entorno.
- La figura del empresario.
- Funciones de 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:

MD2: Aprendizaje Cooperativo

MD3: Aprendizaje Basado en Problemas

MD5: Clase Magistral

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 online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	12
Clases virtuales	18
Resolución de problemas	15
Exposiciones orales	5
Elaboración de informes y escritos	22
Estudio de contenidos y documentación complementaria	50
Tutoría virtual	18
Foro virtual	8
Pruebas presenciales de conocimiento	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

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

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Exposiciones orales (en el aula o a través de web-conference)	5%
Informes y escritos	20%
Caso/problema	15%

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 4,0 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 4,0 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 individual 1	20 noviembre

Actividad individual 2	18 diciembre
Actividad individual 3	25 enero
Actividad grupal	5 febrero
Prueba de conocimiento	15-17 febrero

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:

- 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, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (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

¡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.