



CEU
*Universidad
San Pablo*

Guía Docente

***ASIGNATURA: FUNDAMENTOS DE GESTIÓN
EMPRESARIAL***

CURSO: 1º SEMESTRE: 1º

***GRADO: ECONOMÍA, MENCIÓN NEGOCIOS
INTERNACIONALES Y MENCIÓN FINANZAS***

MODALIDAD: PRESENCIAL

CURSO 2017/2018

***FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES***

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.- ASIGNATURA:

Nombre: Fundamentos de Gestión Empresarial		
Código: f110		
Curso(s) en el que se imparte: 1º	Semestre(s) en el que se imparte: 1º	
Carácter: Básica	ECTS: 6	Horas ECTS: 30
Idioma: Español/Inglés	Modalidad: Presencial	
Grado en que se imparte la asignatura: Economía (Mención Negocios Internacionales y Mención Finanzas)		
Facultad en la que se imparte la titulación: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		

2.- ORGANIZACIÓN DE LA ASIGNATURA:

Departamento: Economía de la Empresa
Área de conocimiento: Organización de Empresas

2. PROFESORADO DE LA ASIGNATURA

1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

Responsable de Asignatura	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Cristina Isabel Masa Lorenzo
Tlfno (ext):	Tfno.: 914566300 Ext 5373
Email:	cmasalor@ceu.es
Despacho:	1.08B

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Sonia Martín Gómez
Tlfno (ext):	Tfno.: 914566300 Ext.: 5368
Email:	margom@ceu.es
Despacho:	1.01B

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Silvia Rico Garrido
Tlfno (ext):	Tfno.: 914566300 Ext.: 5367
Email:	silvia.ricogarrido@ceu.es
Despacho:	1.24B

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	M ^a del Mar Ramos González
Tlfno (ext):	Tfno.: 914566300 Ext.: 5368
Email:	mariamar.ramosgonzalez@ceu.es
Despacho:	1.01B

2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas a la asignatura, los alumnos pueden contactar con el/los profesores a través del e-mail, del teléfono y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno.

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Estudio funcional de la empresa, atendiendo a sus principales componentes, centrándose en la valoración técnica y económica de los sistemas productivos.

4. COMPETENCIAS

1.- COMPETENCIAS:

Código	Competencias Básicas y Generales
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.
CG1	Capacidad para el pensamiento analítico y crítico y su comunicación oral y escrita.
CG2	Capacidad para tomar decisiones, ejercer liderazgo, con espíritu emprendedor e innovador.

Código	Competencias Específicas
CE13	Comprender los fundamentos básicos de las empresas para la firma de negocios entre las distintas economías.
CE14	Conocimiento de la actividad empresarial desde los distintos enfoques funcionales de la empresa (recursos humanos, aprovisionamiento, financiero, comercialización y producción).

2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Resultados de Aprendizaje
Identificar la estructura básica y funcional de la empresa.

Demostrar una visión internacional y global del funcionamiento de la empresa y de sus subsistemas, así como de las relaciones existentes entre los mismos.

Medir y analizar los resultados empresariales, desde un punto de vista técnico y económico, que sustente la toma de decisiones.

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

Total Horas de la Asignatura	180
-------------------------------------	------------

Código	Nombre	Horas Presenciales
AF1	Lección Magistral	2
AF2	Seminario	53
AF3	Taller Práctico	5
TOTAL Horas Presenciales		60

Código	Nombre	Horas No Presenciales
AF6	Trabajo Autónomo del Estudiante	120

2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Actividad	Definición
Lección Magistral	Actividad formativa en el aula que, utilizando la metodología expositiva, prioriza la acción docente del profesor.
Seminario	Actividad formativa en el aula-seminario que, bajo la guía del profesor, fomenta el aprendizaje cooperativo entre los alumnos y se ordena al estudio de casos y de la cuestión a estudiar en detalle.
Taller Práctico	Actividad formativa en el aula-taller o en la sala informática que, bajo la guía del profesor, se dirige a la resolución individual o en grupos de ejercicios, problemas o a la realización de prácticas que demuestren la comprensión de la teoría estudiada
Trabajo Autónomo	Actividad formativa fuera del aula en la que el estudiante se prepara con el estudio o realización de actividades no presenciales necesarias para la adquisición de las competencias del plan formativo.

6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1.- ASISTENCIA A CLASE:

Para poder acogerse al sistema de evaluación continua es precisa la asistencia al 75% de las clases de teoría (se realizarán controles diarios de asistencia). Ya que el alumno puede faltar el 25% del total de las clases, no se admitirán justificaciones de ausencia. En este sentido, no se persigue sólo el logro de un mero porcentaje numérico, sino que se exige además que el alumno mantenga en todo momento una actitud participativa y adecuada al lugar en el que se encuentra.

Los alumnos que por causas razonablemente justificadas no puedan asistir a las clases en el porcentaje anteriormente señalado, deberán comunicárselo a la unidad docente al inicio del semestre, y ésta les establecerá el Plan de Curso correspondiente adaptado para poder superar la asignatura. La ausencia de comunicación o el retraso en la misma harán que se le aplique al alumno los mismos criterios de evaluación previstos para sus compañeros.

2.- SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Código	Nombre	Peso
Pruebas escritas SE1	Pruebas de respuesta corta; test; de desarrollo de temas, etc. que se presenten de forma escrita.	40%
Pruebas prácticas SE3	Trabajos; comentarios de texto; ensayos; dictámenes; informes; ejercicios; supuestos y problemas con datos reales y/o ficticios sobre temas propios de la materia.	60%

3.- DESCRIPCIÓN SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

CONVOCATORIA ORDINARIA. EVALUACIÓN CONTINUA:

La calificación final ordinaria se calculará como sigue:

- Evaluación Continua (50% de la nota final):
 - Exámenes escritos: dos exámenes que consisten en la resolución de casos prácticos, junto con preguntas de razonamiento, con un valor del 20% cada uno en la nota final.
 - Realización de un Trabajo sobre el Plan de Marketing de una empresa real (determinada por el profesor), apoyándose en la documentación facilitada por la unidad docente. El trabajo se realizará en grupos y supone el 10% de la nota final. En caso de que el alumno no supere la asignatura en la Convocatoria Ordinaria, la parte de la nota relativa al Trabajo sobre el Plan de Marketing se guardará para la Convocatoria Extraordinaria.
- Prueba Final (50% de la nota final): consiste en la realización de un examen con preguntas de razonamiento, junto con la resolución de un caso práctico, que engloba todos los conocimientos de la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

El alumno que no supere la asignatura en la Convocatoria Ordinaria, deberá presentarse al examen de la Convocatoria Extraordinaria, que incluirá tanto preguntas de razonamiento, como la resolución de un caso práctico, que engloba los conocimientos de la asignatura.

En la calificación de la Convocatoria Extraordinaria se aplicarán los porcentajes establecidos en la evaluación continua, de manera que en el Examen Extraordinario computará el 90% de la nota, y el Trabajo sobre el Plan de Marketing el 10% restante.

El alumno que no haya presentado el Trabajo sobre el Plan de Marketing en la Convocatoria Ordinaria podrá presentarlo el día del examen de la Convocatoria Extraordinaria, siempre y cuando se haya puesto en contacto previamente con su profesor antes de la finalización de las clases del segundo semestre. El profesor le comunicará en qué consiste el Trabajo sobre el Plan de Marketing para esta Convocatoria, según lo haya establecido la Unidad Docente.

Una vez fijado el calendario de actividades o pruebas presenciales (exámenes, prácticas, ejercicios, trabajos, presentaciones, etc.) con la debida antelación, para garantizar la igualdad de condiciones para todos los alumnos, no se repetirán dichas pruebas para el o los alumnos que no asistieran a las mismas salvo causas de fuerza mayor.

7. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

1.- PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

PROGRAMA TEÓRICO:

PARTE I.- FUNDAMENTOS

Tema 1.- LA EMPRESA COMO INSTITUCIÓN ECONÓMICA

- 1.1. Concepto y clases de empresas.
- 1.2. Entorno y empresa.
- 1.3. La figura del empresario.
- 1.4. Principios y Objetivos empresariales.
- 1.5. Responsabilidad Social de la Empresa.

Tema 2.- CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE VALOR EN LA EMPRESA

- 2.1. Concepto de valor.
- 2.2. Los componentes del valor y métricas: los procesos físico, económico y financiero.

Tema 3.- LA MEDICIÓN DE LAS MAGNITUDES ECONÓMICAS EN LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

- 3.1. La eficacia y la eficiencia.
- 3.2. El principio económico.
- 3.3. El principio de productividad.
- 3.4. El principio de economicidad.
- 3.5. Tipos de beneficio y cash-flow.
- 3.6. El principio de rentabilidad.

Tema 4.- LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- 4.1. Localización: concepto y tipos.
- 4.2. Factores determinantes de la localización.
- 4.3. Criterios de localización.

PARTE II.-SUBSISTEMAS EMPRESARIALES

Tema 5.- GESTIÓN DE INVENTARIOS

- 5.1. Materias primas y materiales auxiliares: concepto y factores determinantes.
- 5.2. Almacenes: concepto y clasificación.
- 5.3. Planificación de las necesidades de material
- 5.4. Evolución temporal de un almacén
- 5.5. Coste de los almacenes
- 5.6. Modelo determinista de gestión de stock
 - a. Modelo Básico de Cantidad Fija de Pedido.
 - b. Modelo Básico de Cantidad Fija de Pedido con posibilidad de descuento en el precio.

Tema 6.- LA DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN LA EMPRESA

- 6.1. Concepto de producción y proceso productivo
- 6.2. Funciones de producción de la empresa
- 6.3. Concepto de planificación y programación de la producción
- 6.4. Técnicas de programación de la actividad empresarial: Gráfico GANTT y Método del Camino Crítico

Tema 7.- LA DIRECCIÓN FINANCIERA EN LA EMPRESA

- 7.1. La función de inversión y financiación en la empresa
- 7.2. La estructura financiera de la empresa: fuentes de financiación
- 7.3. La estructura económica de la empresa: inversión y clases de inversiones
- 7.4. La estructura económico-financiera: fondo de rotación
- 7.5. El valor del dinero en el tiempo: homogeneización de capitales
- 7.6. Métodos de valoración de inversiones

Tema 8.- LA DIRECCIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA

- 8.1. El Marketing en la empresa
- 8.2. Producto
- 8.3. Precio
- 8.4. Distribución

PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

Se realizarán casos prácticos, comentarios y discusión de lecturas y artículos de cada uno de los temas que integran el programa teórico

8. BIBLIOGRAFÍA DE LA ASIGNATURA

1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- BUENO CAMPOS, E. (2005): Curso Básico de Economía de la Empresa, Pirámide, Madrid.
- ISABEL DOPACIO, C; LÁZARO AGUILERA, I.; MARTÍN GÓMEZ, S.; MASA LORENZO, C. y VILLAR FERNÁNDEZ, N. (2014): Fundamentos de Economía de la Empresa: Casos Prácticos, Editorial Pirámide, Madrid.
- ISABEL DOPACIO, C. (Coord.) (2004): Fundamentos y aplicación de la Economía de la Empresa, EAT, Madrid, 2004.

2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- BUENO CAMPOS, E. (2007): Organización de Empresas, Pirámide, Madrid.
- CUERVO GARCÍA, A. (2004): Introducción a la Administración de Empresas, Civitas, Madrid.
- DÍEZ DE CASTRO et al (2002): Administración de Empresas, Pirámide, Madrid.
- GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ, F. J. y GANAZA VARGAS, J. D. (Coord.) (2007): Principios y fundamentos de gestión de empresas, Pirámide, Madrid.
- GUTENBERG, E. (1990): Economía de la Empresa. Teoría y Práctica de la gestión empresarial, Ediciones Deusto, Bilbao.
- IBORRA, M. et al (2007): Fundamentos de Dirección de Empresas, Thomson, Madrid.
- ISABEL DOPACIO, C. et al (2012): Manual de Introducción a la Economía de la Empresa: Casos Prácticos, CEU Ediciones, Madrid.
- MOYANO FUENTES, J., BRUQUE CÁMARA, S. Y FIDALGO BAUTISTA, F. A. (2002): Prácticas de Organización de Empresas, Pirámide, Madrid.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E. (2004): Introducción a la Economía de la Empresa, CEURA, Madrid PÉREZ GOROSTEGUI, E. (2004): Prácticas de Administración de Empresas, Pirámide, Madrid. SUÁREZ SUÁREZ, A. S. (2001): Curso de Introducción a la Economía de la Empresa, Pirámide, Madrid.

4.- RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

- Biblioteca Universidad CEU San Pablo: <http://www.bibliotecaceu.es>
- Diario Expansión: www.expansion.com Diario
- El Economista: www.eleconomista.es Instituto
- Nacional de Estadística: www.ine.es
- Revista Actualidad Económica: www.actualidad-economica.com
- Revista Emprendedores: www.emprendedores.es

9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

1.- NORMAS:

El alumno mostrará en el aula una actitud adecuada de acuerdo con las normas de la Facultad y de la Universidad. Ello implica, además de asistir con asiduidad y puntualmente, tener una actitud participativa en el aula, realizando los trabajos o ejercicios requeridos.

Las faltas en la Integridad Académica (plagios de trabajos, utilización no adecuada de los dispositivos electrónicos en clase -teléfonos, tablets u ordenadores -) o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas.

Igualmente, la unidad docente decidirá, en cada caso, la sanción que se aplicará a aquellos alumnos que sean expulsados del aula.