



DATOS IDENTIFICATIVOS

Fundamentos de administración de empresas

Asignatura	Fundamentos de administración de empresas			
Código	V08G080V01722			
Titulación	Grado en Derecho			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Pérez Pereira, Santos			
Profesorado	Pérez Pereira, Santos Suárez Porto, Vanessa María			
Correo-e	spp@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Código	
B1	Capacidad de síntesis y análisis
B2	Capacidad de aprender
B3	Capacidad de gestión de la información
B5	Capacidad para organizar y planificar
B6	Resolver problemas de forma efectiva
B7	Aplicar pensamiento crítico, lógico y creativo
B8	Trabajar de forma autónoma con iniciativa
B9	Trabajar de forma colaborativa
B13	Trabajar desde una perspectiva comparada, manejando información comparada

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
1.El alumno debería ser capaz de introducirse en la problemática que rodea a la organización empresarial.	B1 B2
2.El alumno debería ser capaz de comprender el conjunto de hechos y fenómenos protagonizados por aquélla en su dimensión socioeconómica.	B3 B5
3.El alumno debería ser capaz de conocer las circunstancias que rodean a la empresa.	B6
4.El alumno debería ser capaz de analizar los aspectos que condicionan la consecución de sus leyes de equilibrio.	B7 B8
5.El alumno debería ser capaz de conceptualizar a la empresa desde un punto de vista sistémico y desde la figura del empresario.	B9 B13

Contenidos

Tema	
TEMA 1: EMPRESA Y EMPRESARIO	La economía de la empresa Concepto de empresa Teorías sobre la función empresarial Enfoque económico de la empresa

TEMA 2: TIPOS DE EMPRESAS	En función del tamaño En función del sector de actividad En función de su forma jurídica En función del ámbito de actividad En función de la titularidad del capital
TEMA 3: EL SISTEMA EMPRESA Y SU ENTORNO	La empresa como sistema Los subsistemas empresariales según el criterio funcional Concepto de entorno Entorno específico Entorno genérico
TEMA 4: DIRECCIÓN DE LA EMPRESA	Introducción Funciones del subsistema de dirección Objetivos de la empresa Toma de decisiones Dirección estratégica
TEMA 5: OPERACIONES	Concepto y objetivos de la dirección de operaciones Los procesos productivos Decisiones estratégicas y tácticas El diseño del subsistema de operaciones Gestión de inventarios
TEMA 6: MARKETING	Concepto de marketing La gestión del marketing en la empresa Análisis del mercado Segmentación y posicionamiento Las decisiones de marketing-mix
TEMA 7: FINANZAS	La gestión financiera Rentabilidad económica y financiera Decisiones de inversión Decisiones de financiación
TEMA 8: RECURSOS HUMANOS	Los recursos humanos en las organizaciones Dos enfoques de recursos humanos: comportamiento organizacional versus gestión Gestión de recursos humanos
TEMA 9: COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS	Concepto de cooperación empresarial Formas alternativas de cooperación entre empresas Ventajas de la cooperación Inconvenientes de la cooperación
TEMA 10: EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA	Creación de la empresa: el plan de negocio Crecimiento: modalidad y dirección Internacionalización de la empresa Formas alternativas de actividad emprendedora

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	12	0	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	3	0	3
Estudios/actividades previos	0	99	99
Sesión magistral	28	0	28
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	3	0	3
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	0	5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Exposición de casos prácticos de aplicación mediante el estudio de casos
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se realizarán trabajos y ejercicios con los que se pretende, además del perfeccionamiento de los conocimientos propios de la materia, impulsar entre el alumnado la búsqueda de información para profundizar en algún tema, así como su análisis y síntesis; plantear problemas reales para que el alumno aprenda a enfrentarse a ellos a través del método más adecuado; fomentar el trabajo en grupo y desarrollar la capacidad de exponer públicamente de forma cuidada y efectiva, a la vez que concisa, los objetivos del trabajo y los resultados obtenidos, utilizando el vocabulario específico de la materia.
Estudios/actividades previos	La dedicación al estudio personal del alumno puede hacerse tanto de forma individual como en pequeños grupos. El alumno debe asimilar los conocimientos transmitidos en las clases presenciales. Igualmente, deberá resolver casos prácticos.

Sesión magistral	Aunque la base de las clases presenciales es la lección magistral, la participación activa del alumno mediante preguntas y sugerencias se considera fundamental para una mejor asimilación de los contenidos impartidos que, posteriormente, deberán ser aplicados individualmente por el alumno en la resolución de las actividades propuestas. Consecuentemente, se hace imprescindible la asistencia a estas clases. El profesor tendrá como principales finalidades para este aspecto docente desarrollar los conceptos y resultados teóricos más importantes de la Asignatura, aplicar las técnicas desarrolladas a la resolución de problemas y orientar al alumno para el estudio personal.
------------------	--

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Se prestará asistencia personalizada a los alumnos para el seguimiento de la asignatura y trabajos a desarrollar, dentro del horario previsto.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se prestará asistencia personalizada a los alumnos para el seguimiento de la asignatura y trabajos a desarrollar, dentro del horario previsto.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se prestará asistencia personalizada a los alumnos para el seguimiento de la asignatura y trabajos a desarrollar, dentro del horario previsto.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	A lo largo del curso, se realizarán una serie de actividades orientadas a evaluar al alumno y que están íntimamente relacionadas con el trabajo realizado según los aspectos considerados en los apartados anteriores. Al término del cuatrimestre, se hará un examen que englobará la materia explicada en él. Se pretende con ello comprobar el nivel de asimilación de la materia por el alumno.	70
Estudio de casos/análisis de situaciones	Exposición de casos prácticos de aplicación mediante el estudio de casos	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se exigirá un nivel de asistencia a las clases de un 70 por ciento. Además, la realización de ejercicios prácticos periódicos. Se valorará la participación activa de los alumnos en el desarrollo de las clases. El examen final será teórico-práctico, y se ajustará al programa impartido. En la calificación final se tendrán en cuenta las notas del curso, si bien se deberá obtener un mínimo de 5 puntos sobre 10 en el examen para considerar las calificaciones obtenidas en los trabajos.

Los alumnos que no superaron la evaluación continua, tendrán derecho a un examen final teórico-práctico en el que se evaluarán las competencias globales de la materia, pudiendo alcanzar el 100% de la nota.

Otras convocatorias o alumnos que no optan por la evaluación continua.

Los alumnos que no se someten a evaluación continua, o que queden excluidos de dicho sistema(de forma justificada): su calificación estará integrada por el 70% de la calificación obtenida en el examen teórico(es condición necesaria aprobar dicha parte) y el 30% de la calificación obtenida en el examen práctico, ambos escritos, y que será diferente al que realicen los alumnos de evaluación continua. El valor otorgado sobre la nota final será del 100%.

Fuentes de información

- Iborra, M.; Dasí, A.; Dolz, C. y Ferrer, C, **Fundamentos de dirección de empresas**, 2007,
- Barroso Castro, C., **Economía de la Empresa**, 2010,
- Pérez Gorostegui, E, **Introducción a la administración de empresas**, 2001,
- Díez de Castro, E.; Galán, J. L. y Martín Armario, E., **Introducción a la Economía de la Empresa I**, 1996,
- Díez de Castro, E.; Galán, J. L. y Martín Armario, E., **Introducción a la Economía de la Empresa II**, 1995,
- Bueno Campos, E., **Curso básico de Economía de la Empresa**, 1996,
- Robbins, S. P. y Coulter, M., **Administración**, 2005,

Recomendaciones

Otros comentarios

No se contemplan.
