



GUÍA DOCENTE

**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

INTRODUCCION A LA EMPRESA II

I. Identificación de la asignatura

Tipo	OBLIGATORIA
Período de Impartición	1 curso, 2Q semestre
Número de Créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II. Presentación

El objetivo principal de la asignatura es ampliar y complementar el estudio de la empresa que se ha realizado en la asignatura de Introducción a la Empresa I. En este sentido, el objetivo se centra en el análisis de las áreas funcionales típicas de toda empresa, lugar donde los alumnos van a prestar sus servicios profesionales, fundamentalmente. Se pretende que el alumno comprenda y analice la tarea básica de la dirección en cada una de las funciones empresariales. Se trata por tanto, de formar a profesionales que además de adquirir la competencia técnica específica, posean una formación personal y humana que les permita desenvolverse y relacionarse adecuadamente en su trabajo en función del departamento, área o sección en el que presten sus servicios.

La importancia de la asignatura radica en la adquisición de conocimiento y competencias directivas que los alumnos podrán desarrollar desde una perspectiva económica y empresarial, más cercana a las situaciones empresariales cotidianas, permitiendo una visión multidisciplinar de las tareas a desarrollar por los nuevos graduados. Se proporciona la visión empresarial necesaria para el desarrollo de profesional como directivo de cualquier empresa.

Para el desarrollo de la asignatura no existen requisitos previos, si bien sería deseable que el estudiante posea ciertas habilidades y características para el mejor aprovechamiento de la misma, como pueden ser:

- La capacidad para trabajar en equipo
- La capacidad de comunicación oral y escrita
- La habilidad para desarrollar el trabajo de forma autónoma
- La capacidad de adaptación a los cambios y situaciones

III. Resultado de Aprendizaje

CI01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CI02. Capacidad de organización y planificación: organizar, planificar y administrar una empresa u organización de tamaño pequeño y mediano, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CI03. Comunicación en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios. Ser capaz de elaborar informes de asesoramiento y proyectos de Gestión empresarial (global o por áreas funcionales).

CI05. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio: usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional.

CI06. Capacidad de Gestión de la información: analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas: ser capaz de identificar las fuentes de información económica relevante, obtener y seleccionar dicha información.

CI07. Capacidad para la resolución de problemas. CI08. Capacidad de tomar decisiones.

CP01. Capacidad para trabajar en equipo CP04. Capacidad de Razonamiento crítico. CS06. Motivación por la calidad.

CPR01. Aplicar los conocimientos en la práctica. CE01. Organización de Empresas

CE02. Marketing CE04. Finanzas

CP02. Capacidad de aplicación de los conocimientos teóricos, metodológicos y de las técnicas adquiridas en el proceso de formación

CP04. Capacidad para utilizar herramientas de naturaleza cuantitativa en la toma de decisiones empresariales CP08. Capacidad para dirigir las operaciones y organizar la producción

CP12. Comprensión de las operaciones financieras que tienen lugar en el ámbito empresarial

CP13. Capacidad para resolver problemas de valoración financiera tanto de decisiones de financiación como de inversión empresarial

CP16. Capacidad para evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información del marketing

IV. Contenido

IV. A. Temario de la asignatura

TEMA 1. LA DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

- 1.1 El subsistema de producción y operaciones en la empresa: la función de producción
- 1.2 La Dirección de Producción y Operaciones
 - 1.2.1. Objetivos de la función de producción
 - 1.2.2. Decisiones estratégicas y tácticas
- 1.3 La planificación y control de proyectos: el método PERT

TEMA 2. LA DIRECCIÓN DE MARKETING

- 2.1 El concepto y la evolución del Marketing
- 2.2 El análisis del mercado:
 - 2.2.1 La investigación de mercados
 - 2.2.2 El comportamiento del consumidor
 - 2.2.3 La segmentación de mercados
- 2.3. El diseño de las acciones de marketing: producto, precio, distribución y comunicación

TEMA 3. LA DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN

- 3.1. La definición de innovación
- 3.2. Los tipos de innovación: clasificaciones
- 3.3. Diferencia entre los conceptos de conocimiento, ciencia, tecnología e investigación y desarrollo (I+D)
- 3.4. Los derechos de propiedad y las formas de protección de los activos intangibles en España: patentes, modelos de utilidad, diseño industrial, marcas y nombres comerciales
- 3.5. Las herramientas y dinámicas utilizadas en la innovación empresarial

TEMA 4: LA DIRECCIÓN FINANCIERA

- 4.1 La dirección financiera. Los conceptos de Inversión y financiación
- 4.2 Los objetivos de rentabilidad y riesgo en las decisiones sobre inversiones
- 4.3 Los modelos de selección de inversiones:
 - 4.3.1 Métodos estáticos: el plazo de recuperación
 - 4.3.2 Métodos dinámicos: el valor actualizado neto (VAN) y la tasa interna de rentabilidad (TIR)
- 4.4 Los problemas en el análisis de las inversiones
- 4.5 El análisis de inversiones en ambiente de riesgo: árboles de decisión
- 4.6 Las fuentes de financiación y su coste:
 - 4.6.1. La financiación interna o autofinanciación
 - 4.6.2. La financiación externa propia y ajena
 - 4.6.3. El coste de los recursos financieros

TEMA 5. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS

- 5.1 El capital humano como fuente de ventaja competitiva
- 5.2 La gestión de recursos humanos por competencias
- 5.3 El análisis de puestos como herramienta básica
- 5.4 Las nuevas tendencias en a la gestión del conocimiento y el talento

IV. B. Actividades formativas

Tipo	Descripción
Trabajos individuales	Gestión de las áreas funcionales de una empresa ficticia: Aplicación a un reto
Lecturas	De documentos e informes entregados por la profesora
Resolución de ejercicios, problemas, casos	De casos y ejercicios relativos a los contenidos de la asignatura
Otras actividades	Debates y foros de casos prácticos
Prácticas	Taller sobre innovación
Prácticas	Video como recurso formativo
Trabajos colectivos	Redes sociales y creación de contenidos mediante el uso de plataformas digitales

V. Tiempo de Trabajo del estudiante

Clases teóricas (videoconferencias online)	40
Resolución prácticas de resolución de ejercicios, casos, etc online.	15
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	3
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas online	30
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	18
Lectura y comprensión de materiales	50
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	20
Preparación de pruebas	2
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI. Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	La profesora está disponible para tutorías académicas según el calendario establecido para ello.
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Se desarrollaran por parte de los alumnos segun las indicaciones de la profesora a medida que se asimilen los contenidos
Pruebas	Semana 1 a Semana 15	Se realizará un examen al final del semestre según el calendario de la facultad. El examen será presencial. Se desarrollarán también pruebas de evaluación de los contenidos y del temario de la asignatura mediante el aula virtual y de acuerdo a lo establecido en el sistema de evaluación.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Se desarrollarán durante todo el semestre
Seminarios	Semana 1 a Semana 15	Seminario / Taller que abarcará contenidos de marketing, producción e innovación
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Trabajo en equipo de actividades de evaluación continua. Para ello se procederá a trabajar la cohesión de grupo y la autogestión de las tareas
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Actividades relativas a la resolución de desafíos aplicados a la innovación empresarial en los modelos de negocio
Laboratorios experimentales y/o tecnológicos	Semana 1 a Semana 15	Aplicación de la Inteligencia Artificial para la resolución de problemas y actividades
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Diseño de tablero, reglas y dinámicas de un juego con los contenidos de la asignatura

VII. Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos. Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura. La suma de las actividades de evaluación no reevaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria). Los estudiantes que no consigan superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación reevaluables no superadas. La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

a. Ponderación para la Evaluación

Evaluación Ordinaria:

La evaluación de la asignatura se llevará a cabo según las directrices establecidas, con carácter general, por los órganos académicos de IEB (Instituto de Estudios Bursátiles) dentro de la regulación del Grado en cuestión. No obstante, en esta asignatura en concreto se aplicará un sistema de valoración mixto donde, de manera constante a lo largo de toda la duración de aquella, se tendrá en cuenta que el alumno haya alcanzado, además de los conocimientos y competencias genéricas y las teórico prácticas propias de la materia, otras competencias específicas como el razonamiento crítico, la capacidad de análisis y síntesis y la capacidad de resolución de problemas relacionados con la economía. Además se valorará positivamente también la adquisición y puesta en práctica de competencias transversales e interdisciplinares que tienen que ver con la concepción y la filosofía última del Grado en cuanto a capacidad para trabajar en equipo, saber gestionar eficazmente el tiempo, manejar habilidades básicas para las relaciones interpersonales, expresar el sentido crítico y autocrítico y la capacidad de análisis para la valoración de diferentes alternativas, la capacidad de organización y planificación, expresarse con corrección de forma oral y escrita así como demostrar habilidad para analizar, sintetizar y recoger información de diversas fuentes.

La ponderación para la evaluación es la siguiente:

- 20%: asistencia y participación, el alumno para obtener este 20% deberá asistir al 80% de las clases de la asignatura, con actitud de escucha activa y participación. La falta de atención o comportamiento incorrecto durante las clases erosionarán esta calificación.
- 70%: prueba específica individual
- 10%: actividades prácticas, trabajos individuales o en grupo.

Para computar la asistencia y participación y los trabajos en grupo, será necesario obtener en la prueba final individual una nota superior a 4. Es, por tanto, condición necesaria para superar la asignatura obtener en el examen individual una calificación superior a 4.

El alumno que de forma injustificada no cumpla con los requerimientos mínimos de asistencia obtendrá un 20% menos en su nota en la calificación final (este criterio se aplicará tanto en Convocatoria Ordinaria como Extraordinaria)

Evaluación extraordinaria:

Se propondrá una única prueba que evalúe los conocimientos de la asignatura. Las practicas realizadas y asistencia y participación en clase serán tenidas en consideración para la mejora de la calificación final, siendo necesario obtener una calificación superior a 4 en la prueba final para superar la asignatura.

b. Revisión de las Pruebas de Evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes del IEB.

c. Conducta Académica

Véase Normas de Conducta del IEB.

VIII. Recursos y Materiales Didácticos
a. Bibliografía

IBORRA, M.; DASÍ A.; DOLZ, C.; FERRER C. (2014): Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas, 2ª Ed. Editorial Paraninfo ISBN: 9788428399227, publicado el 26/06/2014

Bibliografía de consulta:

RICO GARCÍA, M.G., SACRISTÁN NAVARRO, M. (2012): Fundamentos Empresariales, ESIC, Madrid.

BARROSO CASTRO, C. (Coord.) (2010): Economía de la Empresa, Pirámide, Madrid.

CUERVO GARCÍA, A. (2008): Introducción a la administración de empresas. Thompson, Madrid.

ROBBINS, S.P. Y COULTER, M. (2010): Administración. Pearson, Méjico.

IX. Profesorado
Profesor 1.

Nombre y Apellidos	Dª Mencia de Garcillán López-Rúa
Correo Electrónico	mencia.garcillan@clauastro-ieb.es
Formación académica	Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto de San Sebastián. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de San Sebastián.
Acreditación	Acreditado como Profesor Contratado Doctor por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad Acreditación (ANECA). Acreditado como Profesor de Universidad Privada por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad Acreditación (ANECA).
Actividad profesional extraacadémica	Inicia su trayectoria profesional en 1999 trabajando en empresas especializadas en Marketing, donde ocupa puestos de Responsable de Producto y de Responsable de diferentes proyectos. Actualmente es la Responsable del Departamento de Marketing y Formación de Laboratorios Esseka.
Actividad docente	Su labor docente la ha desarrollado desde el año 2003 y la ha compaginado con su actividad profesional. Ha impartido desde entonces las asignaturas de Dirección Comercial, Dirección de Marketing, Distribución Comercial y Gestión Logística tanto es estudios de Grado como de Posgrado.
Horario de Tutorías	Se anunciarán en clase