



## 1. DATOS GENERALES

Asignatura: FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN Y MARKETING

Código: 53310

Tipología: BÁSICA

Créditos ECTS: 9

Grado: 316 - GRADO EN ECONOMÍA

Curso académico: 2019-20

Centro: 5 - FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
ALBACETE

Grupo(s): 10 17

Curso: 2

Duración: AN

Lengua principal de impartición: Español

Segunda lengua:

Uso docente de otras lenguas:

English Friendly: N

Página web:

Bilingüe: N

Profesor: LAURA MERCEDES AVELLANEDA RIVERA - Grupo(s): 10 17

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
1.08	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		laura.avellaneda@uclm.es	Se concretará una vez comenzado el curso

Profesor: LETICIA DEL POZO RUIZ - Grupo(s): 10 17

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
1.12	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	2170	Leticia.Pozo@uclm.es	Se concretará una vez comenzado el curso

Profesor: ANGELA GONZALEZ MORENO - Grupo(s): 10 17

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
2.17	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	2348	angela.gonzalez@uclm.es	Se concretará en Moodle una vez empezado el curso

Profesor: PASCUAL PARADA TORRALBA - Grupo(s): 10 17

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Melchor de Macanaz 1.26	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		Pascual.Parada@uclm.es	A concretar en Moodle al inicio del curso.

## 2. REQUISITOS PREVIOS

No existen requisitos previos.

## 3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

La asignatura se imparte en el segundo curso del Grado de Economía. Introduce al alumno en el mundo de la empresa, su organización, sus áreas funcionales y sus relaciones con el entorno (la visión general y básica de la teoría y los aspectos abordados en esta asignatura se concretará y profundizará en la asignatura de Estrategias empresariales, optativa de cuarto curso).

## 4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

## Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
E02	Comprender el papel de las instituciones y los agentes económicos en la actividad económica y social.
E03	Capacidad de búsqueda de información económica y selección de hechos relevantes.
E15	Capacidad de elaborar información económico-financiera relevante para la toma de decisiones empresariales.
G01	Poseer habilidades para el aprendizaje continuado, autodirigido y autónomo, lo que les permitirá desarrollar habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
G02	Capacidad para comprender la responsabilidad ética y la deontología profesional de la actividad de la profesión de economista. Conocer, respetar y contribuir al cumplimiento de los compromisos relativos a la igualdad de género, no discriminación, legislación de derechos humanos y cooperación al desarrollo.
G03	Desarrollar la comunicación oral y escrita para elaborar informes, proyectos de investigación y proyectos empresariales, y ser capaz de defenderlos ante cualquier comisión o colectivo (especializado o no) en más de un idioma, recogiendo evidencias pertinentes e interpretándolas de forma adecuada para alcanzar conclusiones.
G04	Capacidad para el uso y desarrollo de la tecnología de la información y las comunicaciones en el desarrollo de la actividad profesional.
G05	Capacidad para trabajar en equipo, liderar, dirigir, planificar y supervisar equipos multidisciplinares y multiculturales, tanto en un entorno nacional como internacional.

## 5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

## Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

Capacitar al estudiante para el trabajo y el aprendizaje autónomos, así como para la iniciativa personal.

Capacitar al estudiante para escuchar y defender argumentos de forma oral y escrita.

Capacitar al estudiante para la búsqueda de información, su análisis, interpretación, síntesis y transmisión.

Capacitar al estudiante para la resolución de problemas de forma creativa e innovadora.

Capacitar al estudiante para que se sensibilice con el ejercicio ético de la profesión, tomando conciencia de la responsabilidad social en la toma de decisiones.

Conocer los fundamentos básicos de la organización y dirección de empresas y los procesos financieros contables.

## 6. TEMARIO

### **Tema 1: Fundamentos de la administración y dirección de empresas**

**Tema 1.1** La Administración y Dirección de Empresas como campo de estudio

**Tema 1.2** La empresa: concepto, funciones y elementos

**Tema 1.3** La empresa como sistema

### **Tema 2: Análisis económico de la empresa**

**Tema 2.1** La organización de la actividad económica

**Tema 2.2** La visión neoclásica

**Tema 2.3** La nueva economía industrial

**Tema 2.4** La teoría de los costes de transacción

**Tema 2.5** La teoría de la agencia

### **Tema 3: Empresario y tipos de empresas**

**Tema 3.1** Empresa y empresario

**Tema 3.2** Teorías sobre el empresario

**Tema 3.3** La empresa individual

**Tema 3.4** La empresa privada en forma de sociedad

**Tema 3.5** Las sociedades de economía social

**Tema 3.6** La empresa pública

### **Tema 4: La función de dirección**

**Tema 4.1** Análisis de la función directiva

**Tema 4.2** La naturaleza del trabajo directivo

**Tema 4.3** Los niveles directivos

**Tema 4.4** El proceso de dirección: las 7Ps del management

**Tema 4.5** El directivo actual: innovación, liderazgo y actitud estratégica

### **Tema 5: Los objetivos de la empresa**

**Tema 5.1** Delimitación de los objetivos de la empresa

**Tema 5.2** Origen y funciones del beneficio empresarial

**Tema 5.3** La creación de valor como objetivo empresarial

**Tema 5.4** El problema de la fijación de objetivos en la empresa

**Tema 5.5** El conflicto entre objetivos

**Tema 5.6** La dirección por objetivos

### **Tema 6: La planificación, previsión y control**

**Tema 6.1** Tipología de la planificación

**Tema 6.2** Fases del proceso de planificación

**Tema 6.3** Características, principios y enfoques de la planificación

**Tema 6.4** La función de control

**Tema 6.5** Tipos de sistemas de control

**Tema 6.6** El cuadro de mando

### **Tema 7: Localización, tamaño y desarrollo de la empresa**

**Tema 7.1** Factores de localización empresarial

**Tema 7.2** Los distritos industriales

**Tema 7.3** La deslocalización

**Tema 7.4** La dimensión de la empresa y criterios de medida

**Tema 7.5** Factores explicativos del crecimiento de la empresa

**Tema 7.6** Modalidades de crecimiento

**Tema 7.7** El downsizing

**Tema 7.8** El desarrollo internacional de la empresa

### **Tema 8: La función de dirección y la toma de decisiones en la empresa**

**Tema 8.1** La toma de decisiones en la empresa

**Tema 8.2** El modelo racional de toma de decisiones

**Tema 8.3** El modelo de racionalidad limitada

**Tema 8.4** El modelo político

**Tema 8.5** El modelo de "cubo de basura"

### **Tema 9: La toma de decisiones en distintos contextos**

**Tema 9.1** Elementos de la teoría de la decisión

**Tema 9.2** Las decisiones en condiciones de certeza

**Tema 9.3** Las decisiones en condiciones de certeza

**Tema 9.4** Las decisiones en condiciones de incertidumbre

**Tema 9.5** Decisiones secuenciales

### **Tema 10: La función del marketing en la empresa**

**Tema 10.1** El concepto de marketing

**Tema 10.2** El marketing y la empresa: funciones y organización

**Tema 10.3** El consumidor y su comportamiento de compra

### **Tema 11: Análisis y evaluación del entorno de marketing**

**Tema 11.1** El mercado: concepto y clasificación

**Tema 11.2** El entorno de marketing

**Tema 11.3** Segmentación de mercados

### **Tema 12: Las decisiones de marketing en la empresa**

Tema 12.1 El producto

Tema 12.2 El precio

Tema 12.3 La distribución

Tema 12.4 La comunicación offline y online

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA								
Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Rec	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	E02 E03 E15 G01 G02 G03 G04 G05	2	50	N	-	-	Lección magistral de los aspectos teóricos más relevantes de cada tema
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Combinación de métodos	E02 E03 E15 G01 G02 G03 G04 G05	1	25	S	N	N	Realización de ejercicios en clase
Talleres o seminarios [PRESENCIAL]	Aprendizaje cooperativo/colaborativo	E02 E03 E15 G01 G02 G03 G04 G05	0.4	10	S	N	N	Ejercicios en grupo sobre la resolución de conflicto de objetivos, punto de equilibrio, decisiones en diferentes contextos de información
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Combinación de métodos	E02 E03 E15 G01 G02 G03 G04 G05	2.52	63	S	N	N	Preparación de casos de empresas analizando temas vinculados con la función de Marketing
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	E02 E03 E15 G01 G02 G03 G04 G05	3	75	N	-	-	Estudio del temario teórico y de la parte de práctica
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	E02 E03 E15 G01 G02 G03 G04 G05	0.08	2	S	S	S	Examen Teórico-Práctico
<b>Total:</b>			<b>9</b>	<b>225</b>				
<b>Créditos totales de trabajo presencial: 3.48</b>			<b>Horas totales de trabajo presencial: 87</b>					
<b>Créditos totales de trabajo autónomo: 5.52</b>			<b>Horas totales de trabajo autónomo: 138</b>					

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria

Rec: Actividad formativa recuperable

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES			
Sistema de evaluación	Valoraciones		Descripción
	Estudiante presencial	Estud. semipres.	
Resolución de problemas o casos	10.00%	0.00%	
Elaboración de trabajos teóricos	20.00%	0.00%	
Prueba final	70.00%	0.00%	
<b>Total:</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.00%</b>	

**Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:**

En la convocatoria ordinaria se obtendrá la calificación total a través de la agregación de las calificaciones de los tres bloques evaluables señalados anteriormente siempre que se alcance una puntuación mínima igual a 4 en la prueba final.

**Particularidades de la convocatoria extraordinaria:**

No existen particularidades en la evaluación. Se tendrán en cuenta las prácticas y talleres de la evaluación a lo largo del curso

**Particularidades de la convocatoria especial de finalización:**

No existen

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL	
No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	50
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	25
Talleres o seminarios [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	10
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	63
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	75
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	50
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	25
Talleres o seminarios [PRESENCIAL][Aprendizaje cooperativo/colaborativo]	10
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	63
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	75
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
<b>Total horas: 225</b>	

**10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS**

<b>Autor/es</b>	<b>Título/Enlace Web</b>	<b>Editorial</b>	<b>Población</b>	<b>ISBN</b>	<b>Año</b>	<b>Descripción</b>
Esteban, Á., y Mondéjar, J.A.	Fundamentos de Marketing	ESIC	Madrid	9788473568913	2013	
Guarnizo, J., y Guadamillas, F.	Introducción a la Dirección de Empresas	Bremen	Toledo		2004	
Kotler, P., y Armstrong, G.	Fundamentos de Marketing	Pearson	Madrid	9786073238458	2017	
Hernández, M.J., y Aranda. M.,	Casos prácticos de Administración y Organización de Empresas	Pirámide	Madrid		2008	
de Pablos, C.,López, J.J., Martín-Romo, S. y Medina, S.	Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa	ESIC	Madrid	9788417513702	2019	