



UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN Y MARKETING

Código: 53310

Tipología: BÁSICA

Créditos ECTS: 9

Grado: D002 - DOBLE GRADO ECONOMÍA-DERECHO

Curso académico: 2019-20

Centro: 5 - FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES (AB)

Grupo(s): 10 17

Curso: 3

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				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
1.26	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	2364	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

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 tercer curso del doble Grado de Economía-Derecho. Introduce al alumno en el mundo de la empresa, su organización, sus áreas funcionales y sus relaciones con el entorno.

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

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CE02	Comprender el papel de las instituciones y los agentes económicos en la actividad económica y social.
CE03	Capacidad de búsqueda de información económica y selección de hechos relevantes.
CE15	Capacidad de elaborar información económico-financiera relevante para la toma de decisiones empresariales.
CG01	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.
CG02	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.
CG03	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.
CG04	Capacidad para el uso y desarrollo de la tecnología de la información y las comunicaciones en el desarrollo de la actividad profesional.
CG05	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	ECTS	Horas	Ev	Ob	Rec	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral		2	50	N	-	-	Lección magistral de los aspectos teóricos más relevantes de cada tema
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Combinación de métodos		1	25	N	-	-	Realización de ejercicios en clase
Talleres o seminarios [PRESENCIAL]	Aprendizaje cooperativo/colaborativo		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		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		3	75	N	-	-	Estudio del temario teórico y de la parte de práctica
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación		0.08	2	S	S	S	Examen Teórico-Práctico
Total:			9	225				
Créditos totales de trabajo presencial: 3.48								Horas totales de trabajo presencial: 87
Créditos totales de trabajo autónomo: 5.52								Horas totales de trabajo autónomo: 138

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%	
Total:	100.00%	0.00%	

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 suficiente 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
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
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	25
Total horas: 225	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
M ^o Jesús Hernández Ortiz, Manuel Aranda Ogayar et al	Casos prácticos de administración y organización de empresas	Pirámide		978-84-368-1508-5	2008	
Esteban, A. Martín-Consuegra, D. y Millán, A.	Introducción al marketing	Ariel	Barcelona		2002	
James H. Donnelly, James L. Gibson, John M. Ivancevich	Fundamentos de dirección y administración de empresas	McGraw- Hill			1997	

José V. Guarnizo García y Fátima Guadamillas Gómez	Introducción a la dirección de empresas	Bremen	Toledo	2004
Kotler, P y otros.	Introducción al marketing	Prentice Hall	Madrid	2000
Manuel Aranda Ogayar et al.	Prácticas de economía de la empresa: proceso de decisión y gestión de la empresa,	Servicio de publicaciones, Universidad de Jaén	Jaén	1994
Miquel, S. Mollá, A. y Bigné, J.E.	Introducción al marketing	McGraw-Hill	Madrid	1994