DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Asignatura: Administración de empresas
Año Académico: 2018-2019

Titulación: Grado en Gestión Cultural

- **Código:** 101312105
- **Tipo:** Formación Básica
- **Curso:** Primero
- **Materia:** Empresa
- **Módulo:** Formación básica en empresa y economía

Cuatrimestre: Segundo Cuatrimestre
Horario de clase:[1] Lunes 18.00-19.30 y Martes 15.00-16.30
Créditos: 6 créditos
Idioma de instrucción: Español
Apoyo Virtual: Plataforma Moodle

DATOS BÁSICOS DEL PROFESORADO *(indicar coordinador)*

Nombre: Juan Manuel Cepeda Pérez (Coordinador)
Área: Organización de Empresas
Departamento: Dirección de Empresas y Marketing
Centro: Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo y Facultad de Humanidades
Despacho: nº 40 en Facultad de Empresariales y P11B25 en Fac. de Humanidades
E-Mail: cepeda@uhu.es
Teléfono: 959217844
Tutorías:

Cuatrimestre 1: Lunes y miércoles 10:30 a 13:30 (F. Empresariales)

Cuatrimestre 2: Lunes de 17:00 a 18:00 (F. Humanidades), martes de 9.30 a 11.00 (F. Empresariales) y de 16.30 a 17.00 (F. Humanidades)

Periodo de Docencia: 2º cuatrimestre

[1] El horario de tutorías y el horario de clase pueden sufrir modificaciones con fecha posterior a la publicación de esta guía docente. Los cambios permanentes a dichos horarios aparecerán debidamente anunciados en la página web de la Facultad (en el caso de horarios de clase) y en los tablones de anuncios de los departamentos respectivamente (en el caso de los horarios de tutoría)

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. DESCRIPTOR

Esta asignatura tiene como objetivo presentar a los estudiantes los conceptos básicos de las funciones empresariales: operaciones, comercial, financiera y administrativa. Dentro de esta última se estudian las funciones administrativas clásicas: planificación, organización, dirección y control, introduciéndose, además, otros temas de actualidad que afectan a la gestión, como son la ética y responsabilidad social, la cultura empresarial, los procesos de cambios organizacionales, la toma de decisiones y los procesos y sistemas de comunicación.

2. SITUACIÓN

2.1 REQUISITOS PREVIOS

Ninguno

2.2 CONTEXTO DENTRO DE LA TITULACIÓN

Esta asignatura es la primera del Área de Organización de Empresas y el primer contacto que tienen los alumnos para formarse bajo la consideración *holística* de la problemática económica de la empresa en sus estudios de grado. La asignatura mantiene vinculaciones en cuanto a las competencias transversales y específicas con diversas materias que forman parte del plan de estudios de la titulación.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG1 - Capacidad de análisis y síntesis.

CG2 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

CG4 - Comunicación oral y escrita en la lengua materna y/o en una lengua extranjera.

CG12 - Capacidad de resolución de problemas.

CG13 - Capacidad de toma de decisiones.

CG16 - Capacidad de trabajar en equipo

CG17 - Capacidad de comunicar y transmitir los conocimientos adquiridos.

CG18 - Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.

CG24 - Preocupación por la calidad y motivación de logro.

3.2 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE13 - Conocimientos de organización y gestión empresarial. (LB-HUM 17)

4. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Asimilar las teorías que fundamentan la acción del gestor, así como las bases conceptuales de las principales funciones administrativas.
Interpretar las situaciones y los problemas que se presenten en la gestión de organizaciones culturales, tratarlos con rigor y mejorar el procedimiento de toma de decisiones.
Analizar y tratar los problemas de las organizaciones y aplicar en cada caso el método más adecuado para su resolución.

5. METODOLOGÍA DOCENTE

A una asignatura de 6 créditos le corresponden 150 horas de trabajo del alumno, de las cuales 45 horas son presenciales. Las diferentes actividades de la asignatura se distribuyen de la siguiente manera:

- Clases Teóricas (Grupo Grande): 36
- Clases Prácticas (Grupo Pequeño): 9
- Tutorías Especializadas (presenciales o virtuales):
  - A) Colectivas: -
  - B) Individuales: 5
- Realización de Actividades Académicas Dirigidas:
  - A) Con presencia del profesor: -
  - B) Sin presencia del profesor:
    1. Preparación de trabajos teórico-prácticos individuales: 20
    2. Preparación de trabajos teórico-prácticos en equipo: 10
- Otro Trabajo Personal Autónomo:
  - A) Horas de estudio: 50
  - B) Horas de lectura:
  - C) Realización de ejercicios: 15
- Realización de Exámenes:
  - A) Exámenes escritos: 4
  - B) Revisión de exámenes: 1

Para el desarrollo de esta asignatura se hará uso de las siguientes actividades docentes:

- Sesiones académicas teóricas
- Exposición y debate
- Tutorías especializadas
- Sesiones académicas prácticas

DESARROLLO Y JUSTIFICACIÓN:

A. SESIONES DE GRUPO GRANDE:
Para las clases en grupo grande los recursos que se utilizarán son la pizarra (tradicional y/o en su versión electrónica), las proyecciones de presentaciones con la ayuda del ordenador y material suplementario suministrado por el profesorado (fotocopias, archivos electrónicos, etc.).

B. SESIONES DE GRUPO REDUCIDO

En las sesiones en grupo reducido se impartirán fundamentalmente las clases prácticas donde se aplicarán los contenidos abordados en las clases teóricas, se hará hincapié en los mecanismos de resolución, sus limitaciones y ventajas, así como un análisis crítico de los resultados alcanzados. Estas clases prácticas serán interactivas y la participación del/la alumno/a será tenida en cuenta a la hora de valorar su adaptación al grado de aprendizaje.

C. OTRAS ACTIVIDADES DOCENTES

Todo el material oportuno para el seguimiento de las clases teóricas y prácticas estará disponible en la plataforma de teleformación de la Universidad de Huelva, el plan de trabajo, los horarios de las clases teóricas y prácticas, así como enlaces de interés de la asignatura.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1 GENERAL

CASTILLO CLAVERO, A. M. (Coord.) (2003): *Introducción a la economía y administración de empresas*, Pirámide.
IBORRA JUAN, M. y otros (2007): Fundamentos de Dirección de Empresas. Thomson.
MOYANO FUENTES, J. y otros (2011): Administración de empresas. Un enfoque teórico-práctico. Pearson.

6.2 ESPECÍFICA

CEPEDA, J. M. y PIZARRO, A. (2008): *Problemas de Economía de la Empresa. Ejercicios y fundamentos teóricos*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva, Huelva.

6.3 LECTURAS OBLIGATORIAS / LIBROS DE TEXTO

FUENTES FUENTES, M.M. y CORDÓN POZO, E. (Coord.) (2012): Fundamentos de dirección y administración de empresas. Pirámide.

7. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

A. PRIMERA CONVOCATORIA:

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:

- Examen
- Trabajos
- Evaluación continua

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN: (*descripción de las pruebas de evaluación y porcentaje de la nota final)*

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos: 70%. La nota mínima en el examen escrito que se exige para aprobar la asignatura y sumar los otros componentes de la calificación es de un 3 (sobre 10).

Evaluación continua. Realización de controles escritos sobre preguntas de revisión de los diferentes temas del programa: 20%.

Evaluación de la participación: La participación en clases presenciales, asistencia a actividades formativas (foros, seminarios, jornadas…), exposiciones, ejercicios prácticos elaborados a lo largo del curso y asistencia a tutorías: 10%

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Examen escrito:

- Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica
- Grado de desarrollo de la capacidad de síntesis
- Grado de conocimiento, comprensión e información
- Ausencia de errores
- Utilización adecuada de los conceptos y terminología
- Coherencia interna del ejercicio, y de éste con la totalidad de los conocimientos
- Corrección en la utilización de la ortografía, gramática y sintaxis
- Capacidad de interrelacionar teorías, modelos, conceptos
- Concreción y exactitud de las respuestas
- Nivel de estudio

Evaluación continua y participación:

- Grado de conocimiento, comprensión e información
- Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica
- Corrección en la utilización de la lengua de forma oral y escrita
- Claridad de análisis y exposición de resultados
- Grado de capacidad en la resolución de problemas
- AAD: capacidad del alumnado para planificar, desarrollar y presentar un trabajo empírico sobre diferentes facetas de la asignatura
- Participación en las clases.

B. SEGUNDA CONVOCATORIA:

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:

- Examen

- Evaluación continua
- Participación

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN: (*descripción de las pruebas de evaluación y porcentaje de la nota final)*

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos: 70%. Nota mínima para aprobar la asignatura es de un 3 (sobre 10).

La calificación obtenida por el alumno tanto en la evaluación continua durante el desarrollo del curso (20% de la nota final) como la participación y asistencia (10%) será mantenida para la segunda convocatoria.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:
Se mantienen los mismos criterios que en la primera convocatoria.

8. ORGANIZACIÓN DOCENTE SEMANAL

Cuadrante para asignaturas con semanas de prácticas intercaladas a lo largo del cuatrimestre							
SEGUNDO CUATRIMESTRE	Sesiones teóricas	Sesiones prácticas	Sesiones teórico-prácticas	Tutorías Especializadas	(otras)	Pruebas de evaluación	Temas del temario a tratar
OBSERVACIONES							
(s1) 18-22 feb	3						1
(s2) 25feb-1mar	3						1-2
(s3) 4–8 mar	3						3
(s4) 11-15 mar		3					2
(s5) 18-22 mar	3						3
(s6) 25-29 mar	3						4
(s7) 1-5 abril	3						5
(s8) 8-12 abril		3					2
15-19 abril	**SEMANA SANTA**						
(s9) 22-26 abril	3						6
(s10) 29ab-3ma	3						7
(s11) 6-10may	3						7
(s12) 13-17may		3					8
(s13) 20-24may	3						9
(s14) 27-31may	3						10
(s15) 3-5 jun**	3						11
Pruebas de evaluación						4	

Se indican en azul aquellas semanas en las que hay un día festivo o no lectivo
**Romería del Rocío (se especifican los días de la semana con docencia)

9. TEMARIO DESARROLLADO

TEMA 1: LA EMPRESA Y LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS

1.1. Concepto de empresa y de organización
- 1.1.1. Concepto de organización
- 1.1.2. Concepto de empresa

1.2. Enfoque sistémico de la empresa
1.3. Los subsistemas funcionales de la empresa
1.4. La dirección de empresas: objetivos y funciones

TEMA 2: MEDIDAS DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

2.1. La productividad
2.2. El análisis del umbral de rentabilidad
2.3. El apalancamiento operativo
2.3. La rentabilidad.
- 2.3.1. La rentabilidad económica
- 2.3.2. La rentabilidad financiera

TEMA 3: EL EMPRESARIO, LA DIRECCIÓN Y EL GOBIERNO DE LAS EMPRESAS

3.1. El empresario
- 3.1.1. Evolución histórica del concepto de empresario
- 3.1.2. Enfoques sobre la figura del empresario
- 3.1.3. Categorías y funciones del empresario

3.2. La estructura de propiedad de la empresa
3.3. La dirección: función y niveles
- 3.3.1. Dirección y gobierno de la empresa
- 3.3.2. Niveles de dirección

3.4. El gobierno de la empresa
- 3.4.1. Concepto de gobierno corporativo
- 3.4.2. Mecanismos de control
- 3.4.3. Modelos de gobierno corporativo

TEMA 4: EL ENTORNO DE LA EMPRESA

4.1. Definición del entorno
4.2. Características del entorno
4.3. Análisis del entorno general
4.4. Análisis del entorno específico.

TEMA 5: LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

5.1. Concepto y objetivos de la dirección estratégica
5.2. El concepto de estrategia
- 5.2.1. Componentes de la estrategia
- 5.2.2. Niveles de la estrategia

5.3. El proceso de dirección estratégica
5.4. Opciones estratégicas básicas
- 5.4.1. O.E. en el nivel de la estrategia corporativa
- 5.4.2. O.E. en el nivel de la e. competitiva o de negocio
- 5.4.3. O.E. en el nivel de la estrategia funcional

TEMA 6: OBJETIVOS, PLANIFICACIÓN Y CONTROL

6.1. La planificación de la empresa: Concepto y tipos de planes
- 6.1.1. Etapas de la planificación
- 6.1.2. Tipología de planes
- 6.1.3. Los peligros de la planificación: Paradojas

6.2. Los objetivos de la empresa: Concepto y tipología
6.3. El control de la empresa
    6.3.1. Tipos de control
6.4. Opciones estratégicas básicas
    6.4.1. Administración por objetivos
    6.4.2. Cuadro de mando integral

TEMA 7: LA FUNCIÓN DE ORGANIZACIÓN
7.1. Introducción
7.2. Diseño organizativo
    7.2.1. Partes de la organización y mecanismos de coordinación
    7.2.2. Pasos del diseño organizativo
7.3. Dimensiones del diseño organizativo
    7.3.1. Dimensión vertical
    7.3.2. Dimensión horizontal
7.4. Factores de contingencia
    7.4.1. Edad
    7.4.2. Tamaño
    7.4.3. Tecnología
    7.4.4. Entorno
7.5. Formas organizativas
    7.5.1. Funcional
    7.5.2. Divisional
    7.5.3. Matricial

TEMA 8: LA DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN
8.1. Concepto de producción y de operaciones: objetivos y estrategia
    8.1.1. Concepto de producción y de operaciones
    8.1.2. Objetivos
    8.1.3. Estrategia de operaciones
8.2. Decisiones estratégicas de operaciones
    8.2.1. Diseño del producto y servicio
    8.2.2. Diseño del proceso productivo
    8.2.3. Planificación de la capacidad productiva
    8.2.4. Decisión de localización
    8.2.5. Distribución en planta o estrategia de *layout*
8.3. Decisiones tácticas de operaciones
    8.3.1. Cadena de suministros
    8.3.2. Gestión de inventarios

TEMA 9: LA DIRECCIÓN FINANCIERA
9.1. La dirección financiera y sus objetivos
9.2. La inversión
    9.2.1. Definición y tipos de inversión en la empresa
    9.2.2. Los ciclos de la inversión en la empresa
    9.2.3. Factores a considerar para llevar a cabo la inversión
    9.2.4. Las variables de la inversión desde un punto de vista financiero
    9.2.5. Métodos de selección de inversiones
9.3. La financiación: estructura financiera
    9.3.1. Estructura financiera según la propiedad de los recursos financieros
    9.3.2. Estructura financiera según el tiempo de vinculación de los recursos financieros
    9.3.3. Estructura financiera según el origen de los recursos financieros
9.4. El equilibrio financiero de la empresa

TEMA 10: LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

10.1. Introducción a la dirección de recursos humanos

10.2. Las funciones principales de la dirección de recursos humanos

- 10.2.1. Planificación de recursos humanos
- 10.2.2. Reclutamiento
- 10.2.3. Selección
- 10.2.4. Compensación
- 10.2.5. Evaluación de personal
- 10.2.6. Desarrollo de recursos humanos
- 10.2.7. Relaciones laborales
- 10.2.8. Seguridad e higiene en el trabajo

TEMA 11: LA DIRECCIÓN DE MARKETING

11.1. Concepto de marketing

11.2. Enfoques clásicos de orientación de las empresas a los mercados

11.3. El proceso de dirección de marketing: principales dimensiones

- 11.3.1. Consideraciones previas: relación entre el proceso de dirección de marketing y de dirección estratégica
- 1.3.2. El marketing estratégico
- 11.3.3. El marketing operativo
- 11.3.4. El control de marketing