

Guía de Estudio

Introducción a la Empresa II

Grado en Administración de Empresas

Modalidad Semipresencial

Profesora y autora:

Luisa Eugenia Reyes Recio

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

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

COMPETENCIAS

- Capacidad para dirigir las operaciones y organizar la producción
- Comprensión de las operaciones financieras que tienen lugar en el ámbito empresarial
- Capacidad para resolver problemas de valoración financiera tanto de decisiones de financiación como de inversión empresarial
- Capacidad para evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información del marketing
- Conocer y aplicar los fundamentos de la Dirección de Innovación
- Conocer y aplicar los fundamentos de la Dirección del conocimiento y del Talento.
- Capacidad de aplicación de los conocimientos teóricos, metodológicos y de las técnicas adquiridas en el proceso de formación
- Capacidad para utilizar herramientas de naturaleza cuantitativa en la toma de decisiones empresariales

CONTENIDOS OBJETO DE ESTUDIO 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 FINANCIERA

- 2.1 La dirección financiera. Los conceptos de Inversión y financiación
- 2.2 Los objetivos de rentabilidad y riesgo en las decisiones sobre inversiones
- 2.3 Los modelos de selección de inversiones:
 - 2.3.1 Métodos estáticos: el plazo de recuperación
 - 2.3.2 Métodos dinámicos: el valor actualizado neto (VAN) y la tasa interna de rentabilidad (TIR)
- 2.4 Los problemas en el análisis de las inversiones
- 2.5 El análisis de inversiones en ambiente de riesgo: árboles de decisión
- 2.6 Las fuentes de financiación y su coste:
 - 2.6.1. La financiación interna o autofinanciación
 - 2.6.2. La financiación externa propia y ajena
 - 2.6.3. El coste de los recursos financieros

TEMA 3. LA DIRECCIÓN DE MARKETING

- 3.1 El concepto y la evolución del Marketing
- 3.2 El análisis del mercado:
 - 3.2.1 La investigación de mercados
 - 3.2.2 El comportamiento del consumidor
 - 3.2.3 La segmentación de mercados
- 3.3. El diseño de las acciones de marketing: producto, precio, distribución y comunicación

TEMA 4. LA DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN

- 4.1. La definición de innovación
- 4.2. Los tipos de innovación: clasificaciones
- 4.3. Diferencia entre los conceptos de conocimiento, ciencia, tecnología e investigación y desarrollo (I+D)

4.4. 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

4.5. Las herramientas y dinámicas utilizadas en la innovación empresarial

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 la gestión del conocimiento y el talento

PLAN DOCENTE

0

Presentación de la asignatura

Inicio	Fin	Duración
24-01-2024	24-01-2024	1

Objetivos

- Conocer con detalle el alcance y funcionamiento de la asignatura
- Revisar detenidamente la Guía Docente y la Guía de Estudio
- Visualizar el vídeo de presentación de la asignatura
- Participar en la videoconferencia inicial para contactar con el profesor y el resto de compañeros

Contenidos

A través de la herramienta de videoconferencia de Microsoft Team, disponible en Aula Virtual, realizaremos la videoconferencia inicial de la asignatura. Se os informará con más detalle de este evento, a través del calendario de la asignatura. Esta videoconferencia inicial servirá para entrar en el detalle de la asignatura, tener un primer contacto, y atender a las dudas y consultas que pudieses tener una vez revisada la guía de estudio, los contenidos y las actividades evaluables programadas.

Actividades

- Videoconferencia inicial

1

DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

	Inicio	Fin	Duración
	23-01-2024	09-02-204	18
Objetivos			

Los objetivos de este tema son:

- Analizar la función que cumple el subsistema de producción en la empresa.
- Identificar los objetivos y las decisiones que hay que tomar para una correcta dirección del subsistema de producción.
- Analizar de qué forma el producto (bien o servicio) condiciona la estrategia de producción.
- Conocer el efecto de la int
- roducción de las tecnologías de información en el sistema productivo.
- Conocer la producción Justo a Tiempo.
- Conocer los conceptos de productividad y calidad, así como sus instrumentos de medida.
- Conocer cómo medir la eficiencia del sistema productivo mediante la productividad.
- Conocer, diseñar e interpretar los instrumentos de gestión y control de proyectos: los gráficos Pert.

Contenidos

1.1 El subsistema de producción y operaciones en la empresa: la función de producción

Analizar cómo la función de producción es un componente vital de cualquier empresa, interrelacionándose con otros subsistemas como marketing, finanzas, y recursos humanos.

1.2 La Dirección de Producción y Operaciones

Profundizar en el rol y responsabilidades de la dirección de producción y operaciones, destacando su importancia para la eficiencia y la eficacia organizacional.

1.2.1 Objetivos de la función de producción

Identificar y explicar los objetivos clave de la función de producción, como la maximización de la eficiencia, la mejora de la calidad, y la optimización de recursos.

1.2.2 Decisiones estratégicas y tácticas

Diferenciar entre decisiones estratégicas (a largo plazo) y tácticas (a corto plazo) en la gestión de producción y operaciones.

Actividades y Estrategias didácticas

- Fichero de actividades del tema 1 a disposición de los estudiantes en aula virtual
- Aventura educativa en Dirección de la Producción
- Taller de creación de productos de éxito

2

DIRECCIÓN DE MARKETING

Inicio	Fin	Duración
12-02-2024	01-03-2024	20

Objetivos

- Conocer el significado del marketing y su evolución.
- Analizar las funciones de la dirección de marketing en la empresa.
- Analizar la importancia del análisis de mercado para el posterior diseño de las acciones del marketing.
- Conocer el comportamiento del consumidor para poder satisfacer adecuadamente sus necesidades.
- Analizar la importancia de la segmentación de mercados.
- Conocer las variables de marketing

Contenidos

2.1. Concepto y evolución del Marketing.

2.2. El análisis de mercados

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

Actividades y Estrategias didácticas

- Fichero de actividades del tema 2 a disposición de los estudiantes en aula virtual
- Aventura educativa en Dirección de Marketing
- Construcción de Proto persona o perfil del cliente

3

DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN

Inicio	Fin	Duración
04-03-2024	22-03-204	18

Objetivos

Son objetivos de este tema:

- Analizar la función que cumple la innovación en el desarrollo empresarial,
- Identificar los tipos de innovación y su impacto en la empresa
- Clasificar las innovaciones en función de su impacto en el mercado y la utilización de la tecnología
- Conceptualizar los distintos ámbitos de la innovación y sus campos
- Conocer las formas de protección de la innovación

Contenidos

- 3.1. La definición de la innovación
- 3.2. Tipos de innovación: clasificaciones
- 3.3. Diferencias de 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

Actividades y Estrategias didácticas

- Fichero de actividades del tema 3 a disposición de los estudiantes en aula virtual
- Aventura educativa en Dirección de la innovación
- Taller de Design Thinking para la innovación

4

DIRECCIÓN FINANCIERA

Inicio	Fin	Duración
02-04-2024	19-04-2024	17

Objetivos

Con este tema el objetivo fundamental es que los alumnos y alumnas conozcan un plan de negocio y sus planes derivados. El plan de negocios es el documento base en el que se recogen y se justifican los aspectos fundamentales de la creación de una empresa, tanto desde el punto de vista del marketing, como de la producción u operaciones, recursos humanos, y de la actividad económica y jurídica.

Contenidos

- 4.1. La Dirección financiera conceptos de inversión y financiación
- 4.2. Los objetivos de rentabilidad y riesgo en las decisiones sobre inversiones
- 4.3. Modelos de selección de inversiones
 - 4.3.1. Métodos estáticos: el plazo de recuperación
 - 4.3.2. Métodos dinámicos: el valor actual 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 y ajena
 - 4.6.3. El coste de los recursos financieros

Actividades y estrategias didácticas

- Fichero de actividades del tema 4 a disposición de los estudiantes en aula virtual
- Aventura educativa en Dirección Financiera
- El uso de Excel como herramienta para el análisis de las inversiones

5

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LOS RECURSOS HUMANOS

	Inicio	Fin	Duración
	22-04-2024	09-05-2024	18

Objetivos

- Analizar el capital humano en el seno de la teoría de Recursos y Capacidades
- Conocer las diferencias entre competencias y habilidades
- Analizar y comprender el modelo de gestión por competencias en los recursos humanos
- Conocer las tendencias más actuales en las políticas de gestión del talento

Contenidos

- 4.1. El capital humano como fuente de ventaja competitiva.
- 4.2. La gestión de recursos humanos por competencias
- 4.3. El análisis de los puestos de trabajo
- 4.4. Nuevas tendencias en la gestión de los recursos humanos

Actividades y estrategias didácticas

- Fichero de actividades del tema 5 a disposición de los estudiantes en aula virtual
- Aventura educativa en Dirección estratégica de los recursos humanos
- Assesment de competencias para la gestión del talento

MATERIALES Y SEGUIMIENTO DE LA ASIGNATURA

A continuación, indicamos los materiales que tendrás disponible para guiarte en el aprendizaje y la consecución de competencias en esta asignatura. Encontrarás un compendio de información en formato libro denominado “Temario en abierto de la asignatura” en el que encontrarás el desarrollo de los temas y. Además, como información adicional encontraras el compendio de transparencias del curso. Por otro lado, tendrás también a tu disposición por cada uno de los temas una serie de podcast compuesto por entre 4 y 5 episodios cada uno.

Adicionalmente todos los temas incluyen videos explicativos de los contenidos en los que siguiendo los materiales del temario en abierto se aclaran conceptos relevantes o se presentan contenidos que has de conocer para poder desarrollar una iniciativa empresarial.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

En cada uno de los temas recogidos en el Temario en abierto de la asignatura encontrarás un fichero de actividades que recogen actividades y casos prácticos para el desarrollo de diferentes habilidades y competencias de cada uno de los temas.

REFERENCIAS

Bibliografía básica

- Autor Iborra, M.; Dasi, A.; Dolz, C.; Ferrer, C. (2014). Fundamentos de Dirección de Empresas, Editorial Thomson
- Robbins, S.; Coutler, M. (2005). Administración, Editorial Prentice Hall, octava edición, México.
- Cuervo García, Alvaro (2009). Administración de Empresas, Civitas.

Bibliografía de consulta

- Aguirre, A.A.; Castillo, A.M.; Tous, D. (1999). Administración de Organizaciones. Fundamentos y Aplicaciones, Pirámide, Madrid
- Rico García, M.G. y Sacristán Navarro, M. (2012) Fundamentos empresariales, Esic.

Guía de Estudio Introducción a la Empresa II

Grado en Ciencia, Gestión e Ingeniería de Servicios
Modalidades Presencial y Semipresencial

Profesoras y autoras:

Luisa Eugenia Reyes Recio, Modalidad Semipresencial