



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS
DE GRAN CANARIA

GUÍA DOCENTE

CURSO: 2017/18

**44307 - FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA Y
EMPRESA**

CENTRO: 105 - Escuela de Ingenierías Industriales y Civiles

TITULACIÓN: 4041 - Grado en Ingeniería Electrónica Indus. y Automática

ASIGNATURA: 44307 - FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA Y EMPRESA

CÓDIGO UNESCO: 5311 **TIPO:** Básica de Rama **CURSO:** 1 **SEMESTRE:** 2º semestre

CRÉDITOS ECTS: 6 **Especificar créditos de cada lengua:** **ESPAÑOL:** 6 **INGLÉS:** 0

SUMMARY

REQUISITOS PREVIOS

No se precisan

Plan de Enseñanza (Plan de trabajo del profesorado)

Contribución de la asignatura al perfil profesional:

La presente asignatura pretende contribuir a que el estudiante, en el futuro ejercicio profesional, sea capaz de: comprender los conceptos básicos de economía y empresa, entender el funcionamiento de los diferentes subsistemas empresariales y conocer las tendencias actuales en dirección de empresas y las bases de la creación de empresas.

Competencias que tiene asignadas:

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES:

- G1. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN Conocer y entender la organización de una empresa y las ciencias que definen su actividad; capacidad para entender las normas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad, el beneficio y optimización.
- G2. SOSTENIBILIDAD Y COMPROMISO SOCIAL Conocer y comprender la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar; capacidad para relacionar el bienestar con la globalización y la sostenibilidad; habilidad para utilizar de forma equilibrada y compatible la técnica, la tecnología, la economía y la sostenibilidad.
- G3. COMUNICACIÓN EFICAZ ORAL Y ESCRITA Comunicarse de forma oral y escrita con otras personas sobre los resultados del aprendizaje, de la elaboración del pensamiento y de la toma de decisiones; participar en debates sobre temas de la propia especialidad.
- G4. TRABAJO EN EQUIPO. Ser capaz de trabajar como miembro de un entorno y equipo interdisciplinar ya sea como un miembro más, o realizando tareas de dirección con la finalidad de contribuir a desarrollar proyectos con pragmatismo y sentido de la responsabilidad, asumiendo compromisos teniendo en cuenta los recursos disponibles.
- G5. USO SOLVENTE DE LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos e información en el ámbito de la especialidad y valorar de forma crítica los resultados de esta gestión ordenador.

- G6. APRENDIZAJE AUTÓNOMO Detectar deficiencias en el propio conocimiento y superarlas mediante la reflexión crítica y la elección de la mejor actuación para ampliar este conocimiento.
- G7 - SEGUNDA LENGUA. Conocer una lengua extranjera, que será preferentemente el inglés, con un adecuado nivel tanto oral como escrito, y en consonancia con las necesidades que tendrán los titulados.
- T10 - Capacidad de trabajar en un entorno multilingüe y multidisciplinar.
- T3. Conocimiento en materias básicas de la rama de ingeniería y arquitectura y materias tecnológicas, que les capacite para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, y les dote de versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones.
- T4. Capacidad de resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, creatividad, razonamiento crítico y de comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas en el campo de la Ingeniería Industrial.
- T9. Capacidad de organización y planificación en el ámbito de la empresa, y otras instituciones y organizaciones.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- N1. Comunicarse de forma adecuada y respetuosa con diferentes audiencias (clientes, colaboradores, promotores, agentes sociales, etc.), utilizando los soportes y vías de comunicación más apropiados (especialmente las nuevas tecnologías de la información y la comunicación) de modo que pueda llegar a comprender los intereses, necesidades y preocupaciones de las personas y organizaciones, así como expresar claramente el sentido de la misión que tiene encomendada y la forma en que puede contribuir, con sus competencias y conocimientos profesionales, a la satisfacción de esos intereses, necesidades y preocupaciones.
- N2. Cooperar con otras personas y organizaciones en la realización eficaz de funciones y tareas propias de su perfil profesional, desarrollando una actitud reflexiva sobre sus propias competencias y conocimientos profesionales y una actitud comprensiva y empática hacia las competencias y conocimientos de otros profesionales
- N3. Contribuir a la mejora continua de su profesión así como de las organizaciones en las que desarrolla sus prácticas a través de la participación activa en procesos de investigación, desarrollo e innovación.
- N4. Comprometerse activamente en el desarrollo de prácticas profesionales respetuosas con los derechos humanos así como con las normas éticas propias de su ámbito profesional para generar confianza en los beneficiarios de su profesión y obtener la legitimidad y la autoridad que la sociedad le reconoce.
- N5. Participar activamente en la integración multicultural que favorezca el pleno desarrollo humano, la convivencia y la justicia social.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

MB6. Conocimiento adecuado del concepto de empresa, marco institucional y jurídico de la empresa. Organización y gestión de empresas.

Objetivos:

Los objetivos formativos a alcanzar en la asignatura son:

- Comprender los conceptos básicos de Economía
- Aprender la naturaleza de la empresa y sus subsistemas
- Conocer las tendencias actuales en gestión de empresas
- Tener conocimientos básicos del proceso de creación de empresas

Contenidos:

Los contenidos a impartir en la asignatura son los siguientes:

- Economía: Conceptos básicos de microeconomía y macroeconomía aplicada
- Conceptos y fundamentos de empresa
- Introducción a la dirección de recursos humanos
- Introducción a la dirección financiera de la empresa
- Introducción a las decisiones de inversión-financiación
- La dirección de operaciones: decisiones estratégicas y tácticas
- Introducción a la dirección comercial: el marketing-mix
- Tendencias actuales en gestión de empresas
- Creación de empresas: emprendedor y plan de negocios aplicados a la Ingeniería

Estos contenidos se impartirán atendiendo al siguiente temario:

Tema 1. Demanda, Oferta y Elasticidad. La economía en acción: precios máximos y mínimos

Tema 2. Impuestos y Subvenciones. Excedente del Consumidor y productor.

Tema 3. La toma de decisión en la empresa. Factores productivos y costes (I).

Tema 4. Factores productivos y costes (II). Mercado de Competencia perfecta (I).

Tema 5. Mercado de Competencia perfecta (II). Monopolio.

Tema 6. Conceptos y fundamentos de empresa.

6.1. Introducción

6.2. La empresa

6.3. La figura del empresario y las funciones directivas

6.4. Clases de empresas

6.5. La empresa como sistema

Bibliografía: Maynar Mariño (2008): capítulos 1 y 2

Tema 7. Introducción a la dirección de recursos humanos.

7.1. Introducción

7.2. El análisis de puestos

7.3. La planificación estratégica de recursos humanos

7.4. Las políticas de RRHH

7.5. Indicadores para la dirección de recursos humanos: Índice de rotación e Índice de absentismo

Bibliografía: Maynar Mariño (2008): capítulo 4

Tema 8. Introducción a la dirección financiera de la empresa.

8.1. Introducción

8.2. El patrimonio y el balance de la empresa

8.3. La estructura económica y financiera de la empresa

8.4. Principio de equilibrio económico-financiero: el fondo de rotación

8.5. Análisis de la situación económica y financiera mediante ratios

Bibliografía: Maynar Mariño (2008): capítulo 5

Tema 9. Introducción a las decisiones de inversión-financiación.

9.1. Introducción

9.2. Inversión: concepto y clases

- 9.3. Características financieras de la inversión
 - 9.4. Métodos estáticos de análisis de inversiones
 - 9.5. Las fuentes financieras de la empresa
- Bibliografía: Maynar Mariño (2008): capítulo 6

Tema 10. Introducción a la dirección de operaciones: decisiones estratégicas y tácticas

- 10.1.-Concepto y objetivos
- 10.2.-Decisiones estratégicas
- 10.3.-Decisiones tácticas

Bibliografía: Maynar Mariño (2008): capítulos 7 y 8

Tema 11. Introducción a la dirección comercial: el marketing-mix.

- 11.1 .Concepto y objetivos de Marketing
- 11.2 .La Dirección de Marketing
- 11.3 .Decisiones sobre el producto
- 11.4. Decisiones sobre precios
- 11.5. Decisiones de distribución

Bibliografía: Maynar Mariño (2008): capítulos 9 y 10

Tema 12. Tendencias actuales en la gestión de empresas.

- 12.1. Introducción
- 12.2. La globalización
- 12.3. La responsabilidad social corporativa
- 12.4. Los grupos de interés en la empresa

Bibliografía: documento facilitado por los profesores

Metodología:

La metodología docente que será utilizada para la consecución de los objetivos planteados y la adecuada asimilación de contenidos y competencias, consiste en la utilización de los siguientes métodos de enseñanza-aprendizaje:

- Clase magistral
- Resolución de problemas y casos
- Prácticas en aula
- Trabajos, individuales o en grupo, escritos y orales
- Actividades en plataforma virtual, sitios web, etc.
- Tutorías

Evaluación:

Criterios de evaluación

Los criterios para la evaluación del estudiante se corresponden con una adecuada asimilación de las competencias recogidas en este proyecto docente. Por tal motivo, los estudiantes serán evaluados en términos generales y por competencias, prestando una atención especial a las específicas de la asignatura.

Las fuentes para la evaluación de los estudiantes consistirán en evidencias recogidas por el profesor, entre las que se incluirán el examen final escrito y la entrega de trabajos y/o prácticas resueltas individualmente y/o en grupo.

Sistemas de evaluación

El sistema de evaluación está conformado por:

- Examen final teórico-práctico escrito que representará el 90% de la nota final. Podrá constar de la realización de preguntas tipo test, cuestiones de desarrollo, preguntas cortas, cuestiones de discusión y/o resolución de problemas, ejercicios o casos, entre otros.

- El 10% restante se obtendrá mediante la realización de una prueba teórica o práctica, individual o en grupo, en una de las sesiones de clase. Esta prueba puede consistir en la realización de informes, resolución de problemas, ejercicios o casos, análisis de información, análisis y comentario de documentos audiovisuales u otras pruebas que podrán desarrollarse como trabajo individual o en grupo.

Criterios de calificación

La asignatura se evaluará sobre la base de una puntuación comprendida entre 0 y 10 puntos. El examen final representará un 90% de la calificación y el 10% restante se obtendrá de la prueba teórica o práctica que se realice durante las sesiones de clase presencial.

La realización de las actividades teóricas o prácticas (realización de informes, trabajos individuales o en grupo, ejercicios u otras pruebas o actividades teóricas o prácticas) no tendrá carácter liberatorio a efectos del contenido del examen final.

En la convocatoria ordinaria, la puntuación obtenida en la evidencia recogida en las sesiones de clase se añadirá a la nota obtenida en el examen final sólo en el caso de que éste sea superado con un mínimo de 5 puntos sobre 10. Si el examen final no es superado, en el acta figurará la nota obtenida en el examen.

En las convocatorias extraordinaria y especial, el examen supondrá el 100% de la nota que figurará en el acta. Es necesario obtener un mínimo de cinco puntos sobre diez para superarlo.

Plan de Aprendizaje (Plan de trabajo de cada estudiante)

Tareas y actividades que realizará según distintos contextos profesionales (científico, profesional, institucional, social)

A continuación exponemos las diferentes tareas y actividades a realizar en los diferentes contextos.

Tareas y actividades en un contexto científico:

- Búsqueda de información en bibliotecas, hemerotecas, recursos electrónicos, revistas, periódicos, etc.

Tareas y actividades en un contexto profesional:

- Asunción de roles de empleados, directores de empresa y emprendedores, así como de clientes, proveedores, etc.
- Identificación y análisis de soluciones a problemas profesionales en una determinada empresa o sector de actividad basándose en la realización de casos, actividades o prácticas.

Tareas y actividades en un contexto institucional:

- Asunción de roles de empleados, directores de empresa y emprendedores, así como de clientes, proveedores, etc.
- Identificación y análisis de soluciones a problemas profesionales en una determinada empresa o sector de actividad basándose en la realización de casos, actividades o prácticas.

Tareas y actividades en un contexto social:

- Reuniones en grupo, presenciales y no presenciales.
- Establecer vínculos con el entorno socio-económico.

Temporalización semanal de tareas y actividades (distribución de tiempos en distintas actividades y en presencialidad - no presencialidad)

1ª SEMANA

Presentación de la asignatura.

Tema 1. Demanda, Oferta y Elasticidad. La economía en acción: precios máximos y mínimos. 2 horas teóricas presenciales.

Realización de lecturas de casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.

Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales

2ª SEMANA

Tema 2. Impuestos y Subvenciones. Excedente del Consumidor y productor. 2 horas teóricas presenciales.

Realización de ejercicios, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.

Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

3ª SEMANA

Tema 3. La toma de decisión en la empresa. Factores productivos y costes (I). 2 horas teóricas presenciales.

Realización de ejercicios, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.

Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

4ª SEMANA

Tema 4. Factores productivos y costes (II). Mercado de Competencia perfecta (I). 2 horas teóricas presenciales.

Realización de ejercicios, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.

Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

5ª SEMANA

Tema 5. Mercado de Competencia perfecta (II). Monopolio. 2 horas teóricas presenciales.

Realización de ejercicios, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.

Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

6ª SEMANA

Tema 6. Conceptos y fundamentos de empresa. 2 horas teóricas presenciales.

Realización de lecturas, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.

Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

7ª SEMANA

Tema 6. Conceptos y fundamentos de empresa. 2 horas teóricas presenciales.

Realización de informes u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.

Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

8ª SEMANA

Tema 7. Introducción a la dirección de recursos humanos. 2 horas teóricas presenciales.

Realización de lecturas, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.

Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

9ª SEMANA

Tema 8. Introducción a la dirección financiera de la empresa. 2 horas teóricas presenciales.

Realización de ejercicios, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.

Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

10ª SEMANA

Tema 8. Introducción a la dirección financiera de la empresa. 2 horas teóricas presenciales.
Realización de ejercicios, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.
Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

11ª SEMANA

Tema 9. Introducción a las decisiones de inversión-financiación. 2 horas teóricas presenciales.
Realización de ejercicios, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.
Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

12ª SEMANA

Tema 9. Introducción a las decisiones de inversión-financiación. 2 horas teóricas presenciales.
Realización de ejercicios, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.
Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

13ª SEMANA

Tema 10. Introducción a la dirección de operaciones: decisiones estratégicas y tácticas. 2 horas teóricas presenciales.
Realización de ejercicios, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.
Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

14ª SEMANA

Tema 11. Introducción a la dirección comercial: el marketing-mix. 2 horas teóricas presenciales.
Realización de lecturas, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.
Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

15ª SEMANA

Tema 12. Tendencias actuales en la gestión de empresas. 2 horas teóricas presenciales.
Realización de lecturas, casos u otras actividades prácticas. 2 horas prácticas presenciales.
Trabajo autónomo del estudiante. 6 horas no presenciales.

Recursos que tendrá que utilizar adecuadamente en cada uno de los contextos profesionales.

A continuación se relacionan los recursos a utilizar por los alumnos en los contextos profesionales:

- Bibliotecas y hemerotecas.
- Recursos bibliográficos electrónicos en la ULPGC.
- Ordenadores, software e Internet en los laboratorios informáticos de la ULPGC o en los propios de los estudiantes.

Resultados de aprendizaje que tendrá que alcanzar al finalizar las distintas tareas.

Los resultados de aprendizaje que tendrá que alcanzar el estudiante se corresponden con el desarrollo de las competencias que se pretenden potenciar con la impartición de esta asignatura, esto es:

- R1. Comprender el papel de las empresas en el mercado
- R2. Saber analizar las decisiones más relevantes relacionadas con los distintos subsistemas empresariales
- R3. Aplicar diferentes métodos y técnicas de apoyo a dichas decisiones empresariales
- R4. Impulsar el comportamiento emprendedor de los futuros titulados
- R5. Desarrollar capacidades de presentación oral y escrita de informes empresariales
- R6. Aprender a trabajar en equipo y tomar decisiones

Plan Tutorial

Atención presencial individualizada (incluir las acciones dirigidas a estudiantes en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria)

La atención individual personalizada mediante el sistema de tutorías se realizará en el horario previsto para ello por cada uno de los miembros del equipo docente en su despacho. Se podrá requerir la solicitud de cita previa para las tutorías, bien a través de correo electrónico, bien a través del sistema de reuniones de tutoría presencial del Campus Virtual.

Los días y horas de las tutorías semanales y las cuarenta semanas concretas que se asignarán a esta asignatura por parte de cada profesor/a serán publicadas en el tablón de anuncios de sus despachos al principio del curso académico.

Atención presencial a grupos de trabajo

Los/as profesores/as realizarán una atención a los distintos grupos de estudiantes conformados para la realización de trabajos y actividades, recogiendo las evidencias que se consideren oportunas.

Atención telefónica

No se realizarán tutorías telefónicas. La atención al estudiante se canalizará principalmente por las tutorías presenciales.

Atención virtual (on-line)

Los/as profesores/as podrán establecer una atención individualizada al estudiante y/o a los distintos grupos a través de las herramientas disponibles en el Campus Virtual de la ULPGC, evitándose cualquier otro medio electrónico de comunicación. La posibilidad de utilizar este medio quedará limitada si el número de estudiantes durante el semestre impide su uso eficaz.

Datos identificativos del profesorado que la imparte.

Datos identificativos del profesorado que la imparte

Dr./Dra. Rita María Guerra Báez (COORDINADOR)

Departamento: 230 - ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Ámbito: 650 - Organización De Empresas

Área: 650 - Organización De Empresas

Despacho: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Teléfono: 928452801 **Correo Electrónico:** rita.guerra@ulpgc.es

D/Dña. María Grétel Afonso Acosta

Departamento: 229 - ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADO

Ámbito: 225 - Economía Aplicada

Área: 225 - Economía Aplicada

Despacho:

Teléfono: **Correo Electrónico:** MARIAAFONSO658@YAHOO.COM / MARGREAFO@GMAIL.COM

Dr./Dra. Antonio Rodríguez González

Departamento: 229 - ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADO

Ámbito: 225 - Economía Aplicada

Área: 225 - Economía Aplicada

Despacho: ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADO

Teléfono: 928451995 **Correo Electrónico:** antonio.rodriguez@ulpgc.es

Bibliografía

[1 Básico] La economía de la empresa en el espacio de educación superior /

M^a del Mar García Galán...[et al.].

McGraw-Hill,, Madrid [etc.] : (2007)

9788448160944

[2 Básico] Fundamentos de economía /

Paul R. Krugman, Robin Wells, Martha L. Olney.

Editorial Reverté,, Barcelona [etc.] : (2008)

9788429126334

[3 Recomendado] Introducción a la economía y administración de empresas /

Ana María

Castillo Clavero (dir. y coord.).

Pirámide,, Madrid : (2003) - (reimp. 2012.)

8436817141

[4 Recomendado] Economía de la empresa /

coordinadora Carmen Barroso Castro.

Ediciones Pirámide,, [Madrid] : (2010)

978-84-368-2425-4

[5 Recomendado] Fundamentos de administración de empresas /

Isabel Díez Vial, Gregorio Martín de Castro, María Ángeles Montoro Sanchez ; prólogo Álvaro Cuervo García.

Civitas :, Cizur Menor (Navarra) : (2011)

978-84-470-3713-1