

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA (TURISMO)

Curso 2010/2011

(Código: 6503103-)

1. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura cuatrimestral de Formación Básica que se imparte el primer cuatrimestre del primer curso del Grado de Turismo consta de seis créditos ECTS.

El objetivo genérico de esta asignatura es el estudio de la generalidad de los hechos y problemas económicos que se plantean en la empresa y de los distintos planteamientos y metodologías aplicables para su resolución.

Con la Introducción a la Economía de la Empresa el estudiante obtendrá los conocimientos básicos sobre el funcionamiento de la unidad económica de producción, que es la empresa. Tales conocimientos son necesarios para afrontar con éxito el posterior estudio de otras asignaturas que hacen constantemente referencia a esta unidad de estudio, o que se ocupan de aspectos parciales de los hechos económicos que se desarrollan en la misma.

Por consiguiente, la asignatura responde a los siguientes objetivos específicos:

1. Que el estudiante obtenga la preparación necesaria para el estudio posterior de asignaturas obligatorias como: Planificación y Dirección de la Empresa Turística y Gestión Financiera.
2. Que el estudiante consiga la preparación necesaria para el estudio de materias que, o bien no tienen sentido sin ella, o dan por supuesto el conocimiento previo del funcionamiento de la unidad económica productiva, como la Inversión y Financiación, Dirección de las Operaciones en Alojamiento y Restauración y Comportamiento Organizativo y Recursos Humanos.
3. Que el estudiante se familiarice con los términos habituales en la disciplina de Administración de Empresas, y que manejará en su vida profesional aún en el caso de que no desempeñe su trabajo en una empresa. Son términos necesarios incluso para comprender las noticias económicas y muchas informaciones de carácter general. Un graduado en Turismo debe conocer el vocabulario empresarial, comenzando por el nivel introductorio que esta asignatura plantea.

2. CONTEXTUALIZACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

Dentro del contexto general del Plan de Estudios del Grado en Turismo, esta asignatura se ubica en la materia denominada "Dirección y Gestión de empresas de servicios turísticos" y ha de contribuir a la consecución de las siguientes competencias genéricas:

- Gestión autónoma y autorregulada del trabajo.
- Trabajo en equipo.
- Compromiso ético.

También ha de contribuir a la consecución de las siguientes competencias específicas:

- Comprender e interpretar conocimientos sobre los fundamentos de la gestión de empresas.



- Comprender e interpretar las principales técnicas instrumentales aplicadas a la gestión de la empresa.
- Contribuir a la buena gestión de recursos en el ámbito empresarial.
- Aportar racionalidad y eficacia al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad empresarial.
- Habilidad en la búsqueda de información, en relación con fuentes primarias y secundarias, identificando las fuentes de información económica relevante y su contenido.
- Ser capaz de interpretar datos empresariales y proporcionar información relevante útil para todo tipo de usuarios.

3.REQUISITOS PREVIOS REQUERIDOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Tan sólo se requieren los conocimientos propios de la titulación exigida para poder comenzar los estudios del Grado en Turismo.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Comprender e interpretar conocimientos acerca de:
 - Aspectos principales de la terminología económica empresarial, de la naturaleza de la empresa y el entorno económico específico y general en el que desarrolla su actividad.
 - Principales modelos y técnicas de representación y análisis de la realidad económica empresarial.
 - Principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito económico empresarial.
2. Aplicar los conocimientos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro del área de estudio de la Economía de la Empresa.
3. Tener la capacidad para sintetizar e interpretar datos relevantes, emitir juicios sobre los mismos, y elaborar conclusiones o informes de índole empresarial.
4. Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones económicas sobre aspectos de la empresa a un público tanto especializado como no especializado:
 - Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la economía empresarial.
 - Leer y comunicarse en el ámbito profesional empresarial.
 - Comunicarse con fluidez en un entorno empresarial.
5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores en la materia con un elevado grado de autonomía.

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

En la asignatura se realiza una introducción a la problemática de la Economía de la Empresa y de los distintos enfoques existentes para su resolución. Teniendo en cuenta que el entorno empresarial es sumamente variado, complejo y cambiante, aunque la revisión de su problemática sea introductoria da lugar a una asignatura relativamente extensa. En ella, se plantean una serie de cuestiones generales relativas a la dirección de empresas, analizando la toma de decisiones desde los puntos de vista teórico y práctico, y posteriormente se realiza el estudio de cada una de las áreas funcionales: dirección de recursos humanos, dirección financiera, dirección de la producción y dirección comercial.



PROGRAMA

- Tema 1. Empresa y empresario.
- Tema 2. Dirección, estrategias y crecimiento.
- Tema 3. Estructura organizativa y comunicación
- Tema 4. Comportamiento organizativo y dirección de recursos humanos.
- Tema 5. Análisis de problemas y toma de decisiones.
- Tema 6. Técnicas instrumentales de planificación, programación y control.
- Tema 7. Elementos financieros.
- Tema 8. Las inversiones y su selección. La rentabilidad de las inversiones.
- Tema 9. Las fuentes de financiación y su selección. El coste del capital.
- Tema 10. Elementos productivos. El proceso de producción y el factor humano.
- Tema 11. La capacidad de producción.
- Tema 12. La logística.
- Tema 13. Elementos de marketing. El mercado, la demanda y el presupuesto mercadotécnico.
- Tema 14. Investigación de mercados, segmentación y experimentación comercial.
- Tema 15. Las variables de marketing.
- Tema 16. Valoración y riesgo.

6.EQUIPO DOCENTE

- DATOS NO DISPONIBLES POR OBSOLESCENCIA

7.METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

La metodología utilizada en la asignatura a lo largo del cuatrimestre, plantea un desarrollo progresivo y paralelo de los contenidos teóricos y, de la realización de actividades que permitan la aplicación de dichos contenidos a la práctica.

El estudiante dispondrá de un curso virtual donde podrá contactar con un tutor, con el equipo docente y, acceder a diferentes materiales de apoyo:

- Materiales multimedia donde se realiza una visión general de cada uno de los temas y se destacan los objetivos didácticos de los mismos.
- Actividades propuestas para esta asignatura.

Para ello, se plantea la siguiente estrategia didáctica:

1. Trabajo con contenidos teóricos: Desde el principio de curso el estudiante dispondrá del material didáctico básico (bibliografía básica), en el que se abordarán aspectos teóricos y prácticos sobre Economía de la Empresa. Está compuesto por temas conceptuales, ejercicios y problemas numéricos.
2. Desarrollo de actividades prácticas: estarán compuestas por pruebas de evaluación en línea desarrolladas a través de la plataforma virtual ALF. Estas pruebas consistirán en cuestionarios tipo test que abarcarán contenidos tanto teóricos como prácticos, de las diferentes partes del temario.

A esta asignatura le corresponden 6 ECTS, lo que implica 150 horas de trabajo, que se repartirán de la siguiente manera:

-Trabajo autónomo del estudiante: El estudiante repartirá su tiempo entre:

- Estudio de los contenidos teóricos (lectura y estudio del temario, asimilación de contenidos, etc.)
- Realización de los ejercicios prácticos del material didáctico



- Desarrollo de actividades prácticas con carácter presencial (en las tutorías presenciales a propuesta de los tutores presenciales)
- Realización de las pruebas de evaluación continua en la plataforma virtual, planificadas por el equipo docente
- Preparación de las pruebas presenciales y realización de las mismas

-Trabajo del estudiante mediante interacción con profesores del equipo docente, tutores, y resto de estudiantes. Se realizará a través de:

- Participación en los foros del curso virtual
- Planteamiento de cuestiones al profesorado en los horarios establecidos por el equipo docente
- Participación en las actividades individuales o en grupo organizadas por los tutores de los centros asociados

8.EVALUACIÓN

El estudiante podrá optar por dos modalidades de evaluación:

-Con evaluación continua, en cuyo caso la calificación final incluirá tanto el resultado de la prueba presencial como el de las pruebas de evaluación continua.

-La calificación de la prueba presencial coincidirá con la calificación final si el estudiante no realiza pruebas de evaluación continua.

Tipos de Pruebas y Modelos de examen

1. Pruebas presenciales.

El examen consiste en una prueba objetiva (tipo test).

2. Pruebas de evaluación continua.

Las pruebas de evaluación continua serán cuestionarios en línea, similares a los modelos de examen presencial. En el curso virtual se explicará el procedimiento y calendario de este tipo de prueba. El resultado de la evaluación continua solamente se considerará si ha superado la prueba presencial. En este caso, se pondera e incrementa hasta un máximo del 10% sobre la calificación final.

9.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13): 9788480049016

Título: CURSO DE INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA (MADRID, 2010 O POSTERIOR, EDICIÓN REVISADA)

Autor/es: Pérez Gorostegui, Eduardo ;

Editorial: EDITORIAL CENTRO DE ESTUDIOS RAMÓN ARECES

Buscarlo en Editorial UNED

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

ISBN(13): 9788480049443

Título: CASOS PRÁCTICOS DE INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA (MADRID, 2010 O POSTERIOR, EDICIÓN REVISADA)

Autor/es: Pérez Gorostegui ;



Editorial: : CENTRO DE ESTUDIOS RAMÓN ARECES

Buscarlo en Editorial UNED

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

10. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

11. RECURSOS DE APOYO

El estudiante contará con los siguientes medios de apoyo:

-Curso virtual: la asignatura virtualizada en la plataforma ALF, donde el estudiante tendrá acceso a la información de esta guía, pruebas de evaluación, etc. También podrá comunicarse con otros estudiantes, tutores y el equipo docente.

-WEB de la asignatura: puede acceder a la información general de la asignatura (<http://www.uned.es/dpto-organizacion-de-empresas/asignaturas.html>)

-Biblioteca UNED: como estudiante tiene acceso a las diferentes bibliotecas de la UNED situadas en los centros asociados y en el sede central. El catálogo se puede consultar en línea. En sus fondos cuenta con la bibliografía básica de esta asignatura así como con la bibliografía complementaria.

12. TUTORIZACIÓN

1. Equipo Docente

Los miércoles lectivos de 16h a 20 h, en el teléfono 91 398 63 85

El número de fax del departamento es el 91 398 63 44

La dirección postal: Introducción a la economía de la empresa (Grado Turismo)

Facultad de Económicas, Departamento Organización de empresas

Paseo Senda del Rey, 11

28040-Madrid

2. Tutores (Centros Asociados y curso virtual)

Los tutores de apoyo en red (TAR) atenderán sus dudas en el curso virtual durante el primer cuatrimestre lectivo.

Los tutores de los centros asociados les informarán de sus horarios de atención una vez comenzado el curso.

