22-23

MÁSTER UNIVERSITARIO EN FORMACIÓN DEL PROFESORADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA Y BACHILLERATO, FORMACIÓN PROFESIONAL Y ENSEÑANZAS DE IDIOMAS

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



COMPLEMENTOS PARA LA FORMACIÓN EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA

CÓDIGO 23304659

UNED

22-23

COMPLEMENTOS PARA LA FORMACIÓN EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA

CÓDIGO 23304659

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

EQUIPO DOCENTE

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONTENIDOS

METODOLOGÍA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Nombre de la asignatura	COMPLEMENTOS PARA LA FORMACIÓN EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA
Código	23304659
Curso académico	2022/2023
Título en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN FORMACIÓN DEL PROFESORADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA Y BACHILLERATO, FORMACIÓN PROFESIONAL Y ENSEÑANZAS DE IDIOMAS
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	5
Horas	125.0
Periodo	SEMESTRE 1
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

No cabe duda que la empresa es una de las instituciones sociales más importantes que existen en el mundo actual ya que de una forma u otra las personas se relacionan continuamente con empresas que satisfacen sus necesidades de bienes y servicios. Desde este punto de vista está plenamente justificado que se estudie a esta institución para comprender los mecanismos internos que permiten su funcionamiento y la forma que tienen de cumplir con el principio básico de toda economía: la asignación eficiente de unos recursos que, por definición, son escasos.

En nuestro caso, la asignatura "Complementos de Formación en Economía de la Empresa" tiene como objetivo fundamental proporcionar a su alumnado las claves necesarias para que puedan transmitir en su etapa docente las características básicas de esta institución y formar a sus potenciales alumnos de cara a unos futuros estudios universitarios en esta especialidad.

Teniendo en cuenta en qué momento del itinerario curricular se ubica la asignatura de "Economía de la Empresa", creemos que es necesario atender a dos necesidades a la hora de plantear esta asignatura dentro del Máster en Formación del Profesorado:

- Por un lado, debe proporcionar al alumno las claves necesarias para que cuando se enfrente a la docencia de esta asignatura sea capaz de transmitir los objetivos generales de la empresa y su papel en la sociedad actual.
- Por otro lado, y teniendo en cuenta que la asignatura correspondiente se localiza en la modalidad del Bachillerato de Ciencias Sociales, tiene que proporcionar las herramientas y técnicas necesarias para que los alumnos destinatarios tengan una buena preparación si se deciden por ampliar sus estudios en las ramas de Administración y Dirección de Empresas, Derecho, Sociología o cualquier otra disciplina relacionada con las ciencias sociales.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Para poder asimilar correctamente los contenidos de esta asignatura es muy recomendable que los alumnos tengan conocimientos de matemáticas y estadística.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	MARIA AINHOA RODRIGUEZ OROMENDIA
Correo Electrónico	arodriguez@cee.uned.es
Teléfono	91398-8704
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	DAMIAN DE LA FUENTE SANCHEZ
Correo Electrónico	dfuente@cee.uned.es
Teléfono	91398-6349
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA PALOMA DEL CAMPO MORENO
Correo Electrónico	mcampo@cee.uned.es
Teléfono	91398-6367
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	ANA ISABEL SEGOVIA SAN JUAN
Correo Electrónico	asegovia@cee.uned.es
Teléfono	91398-8615
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	TERESA CARMEN HERRADOR ALCAIDE
Correo Electrónico	therrador@cee.uned.es
Teléfono	91398-6368
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	JULIO GONZALEZ ARIAS
Correo Electrónico	jglez@cee.uned.es
Teléfono	91398-8116
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA DOLORES REINA PAZ
Correo Electrónico	mreina@cee.uned.es
Teléfono	91398-7355
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA TERESA NOGUERAS LOZANO
Correo Electrónico	tnoguer@cee.uned.es
Teléfono	6373/6374
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD
Nombre y Apellidos	MARIA PILAR ALBERCA OLIVER
Correo Electrónico	palberca@cee.uned.es
Teléfono	91398-8281
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD
Nombre y Apellidos	ROSANA DE PABLO REDONDO
Correo Electrónico	rdepablo@cee.uned.es
Teléfono	91398-8061
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD
Nombre y Apellidos	MONTSERRAT HERNANDEZ SOLIS
Correo Electrónico	montserrath@cee.uned.es
Teléfono	91398-9371
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD
Nombre y Apellidos	CARMEN LOPEZ MARTIN
Correo Electrónico	carmen.lopez@cee.uned.es
Teléfono	91398-7825
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

La tutorización de esta asignatura se realizará a través del correspondiente curso virtual. También se puede contactar con:

Profesora María Dolores Reina Paz
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Dpto. de Economía de la Empresa y Contabilidad
Despacho 1.10
Paseo Senda del Rey, 11
28040 –Madrid
Tfno: 91 398 7375
mreina@cee.uned.es
En este horario:
Jueves lectivos, de 10 a 14 horas.

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más

amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

CG1 - Conocer los contenidos curriculares de las materias relativas a la especialización docente correspondiente, así como el cuerpo de conocimientos didácticos en torno a los procesos de enseñanza y aprendizaje respectivos. Para la formación profesional se incluirá el conocimiento de las respectivas profesiones.
CG2 - Planificar, desarrollar y evaluar el proceso de enseñanza y aprendizaje potenciando procesos educativos que faciliten la adquisición de las competencias propias de las respectivas enseñanzas, atendiendo al nivel y formación previa de los estudiantes así como la orientación de los mismos, tanto individualmente como en colaboración con otros docentes y profesionales del centro.
CG3 - Buscar, obtener, procesar y comunicar información (oral, impresa, audiovisual, digital o multimedia), transformarla en conocimiento y aplicarla en los procesos de enseñanza y aprendizaje en las materias propias de la especialización cursada.
CG4 - Concretar el currículo que se vaya a implantar en un centro docente participando en la planificación colectiva del mismo; desarrollar y aplicar metodologías didácticas tanto grupales como personalizadas, adaptadas a la diversidad de los estudiantes.
CG5 - Diseñar y desarrollar espacios de aprendizaje con especial atención a la equidad, la educación emocional y en valores, la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, la formación ciudadana y el respeto de los derechos humanos que faciliten la vida en sociedad, la toma de decisiones y la construcción de un futuro sostenible.
CG6 - Adquirir estrategias para estimular el esfuerzo del estudiante y promover su capacidad para aprender por sí mismo y con otros, y desarrollar habilidades de pensamiento y de decisión que faciliten la autonomía, la confianza e iniciativa personales.
CG7 - Conocer los procesos de interacción y comunicación en el aula, dominar destrezas y habilidades sociales necesarias para fomentar el aprendizaje y la convivencia en el aula, y abordar problemas de disciplina y resolución de conflictos.
CG8 - Diseñar y realizar actividades formales y no formales que contribuyan a hacer del centro un lugar de participación y cultura en el entorno donde esté ubicado; desarrollar las funciones de tutoría y de orientación de los estudiantes de manera colaborativa y coordinada; participar en la evaluación, investigación y la innovación de los procesos de enseñanza y aprendizaje.
CG9 - Conocer la normativa y organización institucional del sistema educativo y modelos de mejora de la calidad con aplicación a los centros de enseñanza.

CG10 - Conocer y analizar las características históricas de la profesión docente, su situación actual, perspectivas e interrelación con la realidad social de cada época.
CG11 - Informar y asesorar a las familias acerca del proceso de enseñanza y aprendizaje y sobre la orientación personal, académica y profesional de sus hijos.
CG12 - Formar en el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, desde el respeto y promoción de los derechos humanos y de acuerdo con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE4 - 4.Complementos para la formación disciplinar 4.1. Conocer el valor formativo y cultural de las materias correspondientes y los contenidos que se cursan en las respectivas enseñanzas. 4.2. Conocer la historia y los desarrollos recientes de las disciplinas correspondientes y sus perspectivas para poder transmitir una visión dinámica de la misma. 4.3. Conocer contextos y situaciones en que se usan o aplican los diversos contenidos curriculares. 4.4. En formación profesional, conocer la evolución del mundo laboral, la interacción entre sociedad, trabajo y calidad de vida, así como la necesidad de adquirir la formación adecuada para la adaptación a los cambios y transformaciones que puedan requerir las profesiones. 4.5. En el caso de la orientación psicopedagógica y profesional, conocer los procesos y recursos para la prevención de problemas de aprendizaje y convivencia, los procesos de evaluación y de orientación académica y profesional.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El programa de la asignatura está formado por 10 temas agrupados en cinco Módulos de trabajo: Organización, Producción, Marketing, Contabilidad y Finanzas.

•Módulo I: Organización

•Tema 1. La empresa como realidad económica y social.

•Tema 2. Factores constitutivos de la estrategia empresarial.

•Los resultados de aprendizaje del Módulo I son los siguientes:

•Conocer el concepto de empresa y empresario.

•Estudiar las teorías históricas más relevantes.

•Conocer la responsabilidad social y ambiental de la empresa.

•Comprender sus relaciones con el entorno.

•Comprender la importancia del entorno para la actividad empresarial y sus implicaciones en las empresas.

•Comprender los conceptos de estrategia y ventaja competitiva y ser capaz de vincular ambas, de forma que la primera conduzca a la segunda.

•Conocer las variables que determinan la dimensión de una empresa y la importancia y condicionantes de la localización.

•Conocer las distintas alternativas para el crecimiento de la empresa.

•Entender el concepto de globalización y sus implicaciones, en términos de riesgo y también de oportunidad.

•Módulo II: Producción

•Tema 3. El significado de la función productiva.

•Tema 4. Los elementos del proceso productivo.

•Los resultados de aprendizaje del Módulo II son los siguientes:

•Comprender el significado de la actividad productiva.

•Entender la importancia de las decisiones sobre el producto a fabricar, la capacidad productiva de la empresa, los tipos de procesos productivos y los principales aspectos de la distribución en planta.

•Conocer los principales objetivos de la planificación agregada; para descender posteriormente a los objetivos de la planificación a corto plazo.

•Comprender los procesos que integran la cadena de suministro.

•Diferenciar los distintos tipos y modelos de la función de aprovisionamiento.

•Conocer las clasificaciones de los inventarios y los modelos básicos de inventarios.

•Identificar los distintos costes que integran la función de costes totales de un inventario.

•Módulo III: Marketing

•Tema 5. El mercado y el consumidor.

•Tema 6. Análisis del marketing-mix y las estrategias comerciales.

•Los resultados de aprendizaje del Módulo III son los siguientes:

•Comprender el proceso de investigación que se aplica en marketing y los tipos de investigaciones que pueden llevarse a cabo.

•Distinguir en qué momento la empresa puede aplicar la investigación y en qué tipos de análisis se utiliza la investigación dentro del área de marketing.

•Comprender el proceso de investigación de mercados: cómo se lleva a cabo la segmentación de un mercado y cómo se estudia el comportamiento del consumidor.

•Comprender qué tipo de decisiones engloba el marketing-mix.

•Acercarse a la definición, elementos y principales estrategias de cada una de las cuatro pes (producto, promoción, distribución y precio).

•Conocer los aspectos básicos de la planificación de la estrategia de marketing: etapas, actividades de gestión y clasificación.

•Analizar las repercusiones de las TIC en el área de marketing y particularmente de cómo Internet afecta a las variables del marketing-mix.

•Módulo IV: Contabilidad

•Tema 7. La información contable de la empresa. Valoración y registro.

•Tema 8. La información contable de la empresa. Análisis e interpretación.

•Los resultados de aprendizaje del Módulo IV son los siguientes:

•Conocer el concepto de la información financiera.

•Conocer la normativa contable en España.

•Saber los fundamentos contables básicos, así como las bases de la partida doble.
•Identificar las diferentes magnitudes contables.
•Identificar y saber aplicar los principios contables y los criterios de valoración.
•Comprender el contenido y finalidad de las Cuentas anules.
•Conocer la importancia del análisis de la información contable para la toma de decisiones.
•Conocer los principales ratios para el análisis económico y financiero.
•**Módulo V: Finanzas**
•Tema 9. La función de inversión en la empresa.
•Tema 10. La función financiera en la empresa.
•Los resultados de aprendizaje del Módulo V son los siguientes:
•Entender los principios básicos de la valoración financiera.
•Analizar las diferentes aproximaciones al concepto de valoración de empresas (valor vs precio) y modelos básicos de aplicación (VAN, TIR, etc.).
•Conocer los aspectos básicos de la función financiera y del pasivo de la empresa.
•Identificar las diferentes fuentes de financiación, así como sus características y diferencias.
•Diferenciar y calcular los distintos costes del pasivo.
•Identificar las principales funciones de los mercados financieros y su tipología en función de los activos negociados.

CONTENIDOS

Módulo I: Organización

Módulo II: Producción

Módulo III: Márketing

Módulo IV: Contabilidad

Módulo V: Finanzas

METODOLOGÍA

Al tratarse de una asignatura complementaria, se debe utilizar una metodología basada en la consolidación de los conocimentos adquiridos en los estudios de grado o licenciatura cursados anteriomente.
En cuanto al método de estudio se recomienda, independientemente de las preferencias personales de cada estudiante, que integre todos estos elementos:

•Programación del estudio.

•Lectura profunda de los distintos temas.

•Notas y esquemas aclaratorios.

•Aplicación de los conceptos estudiados mediante la realización de las actividades propuestas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen de desarrollo
Preguntas desarrollo	2
Duración del examen	120 (minutos)

Material permitido en el examen

Ninguno.

Criterios de evaluación

Cada una de las dos preguntas se calificará con un máximo de 5 puntos.

% del examen sobre la nota final	100
Nota del examen para aprobar sin PEC	5
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	10
Nota mínima en el examen para sumar la PEC	5

Comentarios y observaciones

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad	Si

Descripción

La evaluación se realizará a través de la prueba presencial en la convocatoria ordinaria (febrero) o en la convocatoria extraordinaria (septiembre) si el estudiante no se ha presentado o ha suspendido la convocatoria ordinaria.

Dicha prueba presencial consistirá en dos preguntas de desarrollo teórico-prácticas con espacio tasado que habrá que realizar en un tiempo máximo de 120 minutos.

En esta prueba, además de los contenidos, se valorará el enfoque pedagógico del estudiante al exponer dichos contenidos con un enfoque orientado a su futura carrera profesional.

Criterios de evaluación

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? Si,PEC no presencial

Descripción

De forma voluntaria, el estudiante puede presentarse a la Prueba de Evaluación Continua (PEC) indicada en el plan de trabajo. En este caso, la calificación obtenida por el estudiante sería la suma de la nota del examen presencial y la nota obtenida en la PEC, siempre y cuando la calificación obtenida en la prueba presencial fuese de 5 puntos o superior.

La PEC tendrá la siguiente estructura:

Estará compuesta de 10 preguntas teórico-prácticas tipo test relativas a todo el temario.

Es voluntaria.

La fecha concreta de realización se anunciará en el curso virtual con la suficiente antelación

El tiempo máximo para realizar la prueba será de 45 minutos.

La ponderación en la calificación final será de un punto, siempre y cuando se obtenga una calificación mínima de 5 puntos en la prueba presencial.

Criterios de evaluación

Ponderación de la PEC en la nota final 1 punto

Fecha aproximada de entrega Enero

Comentarios y observaciones

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Si el estudiante decide no presentarse a la PEC, la nota final de la asignatura será la que obtenga en la prueba presencial.

Si el estudiante decide presentarse a la PEC, la nota final de la asignatura estará formada por la calificación obtenida en la prueba presencial más la calificación obtenida en la PEC, siempre que en la prueba presencial haya obtenido una puntuación mínima de 5 puntos.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

El material básico necesario para preparar esta asignatura será puesto a disposición de los alumnos a través del curso virtual.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9788415550778
Título:DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN (2015)
Autor/es:Rodrigo Illera, Carlos ; Alberca Oliver, M.P. ;
Editorial:Sanz y Torres / Uned

ISBN(13):9788416466375
Título:MARKETING: ESTRATEGIAS Y TENDENCIAS (2ª edición, 2017)
Autor/es:Ainhoa Rodríguez Oromendía ;
Editorial:SANZ Y TORRES

ISBN(13):9788417765729
Título:MARKETING. INTRODUCCIÓN Y CASOS PRÁCTICOS (2020)
Autor/es:Mariló Reina Paz ;
Editorial:Sanz y Torres / Uned

ISBN(13):9788436249798
Título:TEORÍA ECONÓMICA DE LA INVERSIÓN (1ª)
Autor/es:Morales-Arce Macías, Rafael ; Raquel Arguedas Sanz ;
Editorial:U.N.E.D.

ISBN(13):9788436253146
Título:FINANZAS PARA UNIVERSITARIOS (1ª)
Autor/es:Morales-Arce Macías, Rafael ; Arguedas Sanz, Raquel ; González Arias, Julio ;
Editorial:U.N.E.D.

ISBN(13):9788436807059
Título:CURSO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA (7)
Autor/es:Suárez Suárez, Andrés-Santiago ;
Editorial:EDICIONES PIRÁMIDE, S.A.

ISBN(13):9788436807134
Título:ECONOMÍA Y DIRECCIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA
Autor/es:
Editorial:PIRÁMIDE

ISBN(13):9788436809565
Título:INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA (VOLS. I Y II)
Autor/es:Diez De Castro, E. ;

Editorial:PIRAMIDE

ISBN(13):9788436813982
Título:MARKETING. CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS (Cuarta)
Autor/es:Santesmases Mestre, Miquel ;
Editorial:PIRAMIDE

ISBN(13):9788436819113
Título:CURSO BÁSICO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA. UN ENFOQUE DE ORGANIZACIÓN
Autor/es:Bueno Campos, Eduardo ;
Editorial:PIRAMIDE

ISBN(13):9788447016648
Título:INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (Cuarta)
Autor/es:Cuervo, Alvaro ;
Editorial:EDITORIAL CIVITAS

ISBN(13):9788448106089
Título:PRINCIPIOS DE DIRECCIÓN FINANCIERA
Autor/es:Marcus, Alan J. ; Myers, Stewart ;
Editorial:MACGRAW-HILL

ISBN(13):9788473561242
Título:FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL ([2ª ed.])
Autor/es:Abascal Fernández, Elena ;
Editorial:ESIC

ISBN(13):9788473561556
Título:PRINCIPIOS DE MARKETING
Autor/es:Esteban Talaya, Agueda ;
Editorial:ESIC

ISBN(13):9788480046015
Título:INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS (1ª)
Autor/es:Sesto Pedreira, Manuel Antonio ;
Editorial:CERA

ISBN(13):9788480047432
Título:VALORACIÓN DE OPERACIONES FINANCIERAS (1ª)
Autor/es:Pra Martos, Inmaculada ; Fuente Sánchez, Damián De La ;
Editorial:CERA

ISBN(13):9788480047456
Título:MANUAL DE TEORÍA DE LA FINANCIACIÓN (2ª)
Autor/es:Sesto Pedreira, Manuel Antonio ;
Editorial:CERA

ISBN(13):9788492948543
Título:DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN (2011)
Autor/es:Rodrigo Illera, C. Y Alberca Oliver, M.Pilar ;
Editorial:SANZ Y TORRES/ UNED

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Si el equipo docente lo considera necesario, propondrá al estudiante recursos de apoyo adicionales y webgrafía a través del curso virtual.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.