

COMPLEMENTOS PARA LA FORMACIÓN EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Curso 2015/2016

(Código:23304659)

1. PRESENTACIÓN

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.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

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, Sociología o cualquier otra disciplina relacionada con las ciencias sociales.

3. REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

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

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los resultados que se pretenden que alcancen los alumnos con esta asignatura se resumen por temas de acuerdo con el siguiente esquema:



- Tema 1: La empresa como realidad económica y social. El alumno ha de reconocer la naturaleza, las funciones y las principales características de las empresas, así como ser capaz de identificar su papel en la satisfacción de las necesidades de los consumidores y en el aumento de la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.
- Tema 2: Factores constitutivos de la estrategia empresarial. En este tema los resultados del aprendizaje tienen que ver con la identificación de las relaciones entre las estrategias de localización y dimensión de la empresa y su diseño organizativo.
- Tema 3: El significado de la función productiva. El objetivo básico de este tema es que el alumno sea capaz de describir la función productiva a nivel agregado e identificar la creación de valor y la formación del PIB.
- Tema 4. Los elementos del proceso de producción. En el segundo tema dedicado al área de producción se trata de que el alumno sepa distinguir los distintos costes de producción y la diferentes políticas de selección de proveedores, así como la ordenación de los factores productivos.
- Tema 5. El mercado y el consumidor. En el primer tema del área de marketing hay que describir las clases de mercados y consumidores a partir del análisis de patrones en el tratamiento de datos.
- Tema 6. Análisis de marketing-mix y estrategias comerciales. El alumno ha de ser capaz de interpretar correctamente el significado de los componentes del marketing-mix y la estrategias que se pueden tomar en torno a cada una de ellas.
- Tema 7: La información contable de la empresa. El objetivo de este tema es que el alumno conozca los fundamentos de la contabilidad como instrumento para la elaboración de la información económico-financiera emitida por las empresas.
- Tema 8. La información contable de la empresa: análisis e interpretación. En este tema se ofrecen las nociones básicas del análisis de las cuentas anuales emitidas por las empresas. Su objetivo es que el alumno aprenda a interpretar dicha información para la toma de decisiones.
- Tema 9. La función de inversión en la empresa. El alumno ha de ser capaz de evaluar los proyectos de inversión y calcular la rentabilidad/coste asociada a partir de la aplicación de diversas técnicas matemático-financieras.
- Tema 10. La función de financiación en la empresa. En este tema el alumno ha de ser capaz de ordenar, clasificar y componer las distintas alternativas de financiación.

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Los contenidos de esta asignatura se estructuran en torno a cinco bloques temáticos que pretenden desarrollar las cinco áreas básicas de la economía de la empresa:

Planificación y organización

- Tema 1: La empresa como realidad económica y social. En este tema se realiza un análisis global de la empresa y su interrelación con el entorno económico y social.
- Tema 2: Factores constitutivos de la estrategia empresarial. La tecnología, la competitividad y la globalización son los factores fundamentales en la definición de la estrategia y el diseño empresarial.

Producción

- Tema 3: El significado de la función productiva. En este tema se abordará el proceso de transformación de las materias primas y materiales en productos terminados.
- Tema 4: Los elementos del proceso productivo. En este tema se abordará la eficiencia del proceso productivo y el concepto y las clases de productividad, así como los diferentes costes de producción y el umbral de rentabilidad.

Marketing

- Tema 5: El mercado y el consumidor. Se identificarán los distintos mercados y consumidores a través de las distintas técnicas de investigación.
- Tema 6: Análisis del marketing-mix, y las estrategias comerciales. En este tema se estudian las variables que conforman el marketing-mix, así como las distintas estrategias que se pueden tomar en torno a cada una de ellas.



Por otro lado, hay que tener en cuenta que la aplicación de las TICs en el ámbito empresarial supone nuevas perspectivas de gestión y de contacto.

Contabilidad

- Tema 7: La información contable de la empresa: valoración y registro. Se estudiará la contabilidad como sistema de información, los principales conceptos contables, así como los principios contables y los criterios de valoración
- Tema 8: La información contable de la empresa: análisis e interpretación. En este tema se estudiarán las cuentas anuales y las herramientas para el análisis de la información financiera.

Finanzas

- Tema 9: La función de inversión en la empresa. Con este tema se trata de preparar, en el ámbito docente, el análisis de proyectos de inversión y estudio de las rentabilidades de las empresas, por medio de la valoración de activos e incluyendo el tratamiento de la operativa esencial de la matemática financiera.
- Tema 10: La función de financiación en la empresa. En este segundo tema del área de finanzas se analizan las fuentes básicas de financiación, del pasivo empresarial y de los mercados financieros en su relación con la actividad básica y óptima de la formación de capital en la empresa.

6.EQUIPO DOCENTE

- [MARIA AINHOA RODRIGUEZ OROMENDIA](#)
- [DAMIAN DE LA FUENTE SANCHEZ](#)
- [MARIA PALOMA DEL CAMPO MORENO](#)
- [ANA ISABEL SEGOVIA SAN JUAN](#)
- [TERESA CARMEN HERRADOR ALCAIDE](#)
- [RODRIGO MARTIN GARCIA](#)
- [JULIO GONZALEZ ARIAS](#)
- [MARIA DOLORES REINA PAZ](#)
- [RAQUEL ARGUEDAS SANZ](#)
- [MARIA TERESA NOGUERAS LOZANO](#)
- [MARIA PILAR ALBERCA OLIVER](#)
- [ROSANA DE PABLO REDONDO](#)

7.METODOLOGÍA

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

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

9.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

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



Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788436253146

Título: FINANZAS PARA UNIVERSITARIOS (1ª)

Autor/es: Morales-Arce Macías, Rafael ; Arguedas Sanz, Raquel ; González Arias, Julio ;

Editorial: UNED

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788436807059

Título: CURSO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA (7)

Autor/es: Suárez Suárez, Andrés-Santiago ;

Editorial: EDICIONES PIRÁMIDE, S.A.

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788436807134

Título: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA

Autor/es:

Editorial: PIRÁMIDE

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788436809565

Título: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA (VOLS. I Y II)

Autor/es: Díez De Castro, E. ;

Editorial: PIRAMIDE



Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788436813982

Título: MARKETING. CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS (Cuarta)

Autor/es: Santesmases Mestre, Miquel ;

Editorial: PIRAMIDE

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788436819113

Título: CURSO BÁSICO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA. UN ENFOQUE DE ORGANIZACIÓN

Autor/es: Bueno Campos, Eduardo ;

Editorial: PIRAMIDE

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788447016648

Título: INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (Cuarta)

Autor/es: Cuervo, Alvaro ;

Editorial: EDITORIAL CIVITAS

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788448106089

Título: PRINCIPIOS DE DIRECCIÓN FINANCIERA

Autor/es: Marcus, Alan J. ; Myers, Stewart ;



Editorial: MACGRAW-HILL

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788473561242

Título: FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL ([2ª ed.])

Autor/es: Abascal Fernández, Elena ;

Editorial: ESIC

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788473561556

Título: PRINCIPIOS DE MARKETING

Autor/es: Esteban Talaya, Agueda ;

Editorial: ESIC

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788480046015

Título: INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS (1ª)

Autor/es: Sesto Pedreira, Manuel Antonio ;

Editorial: CERA

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788480047432

Título: VALORACIÓN DE OPERACIONES FINANCIERAS (1ª)



Autor/es: Pra Martos, Inmaculada ; Fuente Sánchez, Damián De La ;
Editorial: CERA

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

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

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788496379053
Título: MARKETING SUPERIOR (1º)
Autor/es: Rufín Moreno, Ramón ; Reina Paz, M ; Rodríguez Oromendía, Ainhoa ;
Editorial: Slovento

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

ISBN(13): 9788496808263
Título: INTRODUCCIÓN AL MARKETING (2008)
Autor/es: Rufín Moreno, Ramón ;
Editorial: SANZ Y TORRES

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico



10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

La tutorización de esta asignatura se realizará a través del correspondiente curso virtual y de la atención personal de acuerdo con el siguiente horario:

Jueves lectivos, de 16 a 20 horas

Facultad de Ciencias Económicas

Despacho 1.07 / Tfno: 91-398.6349

Correo electrónico: dfuente@cee.uned.es

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación de esta asignatura se realizará a través de una prueba presencial de acuerdo con el calendario que fije la coordinación del Máster.

Esta prueba tendrá dos ejercicios. El primero consistirá en un test formado por 25 preguntas (5 por cada módulo de contenidos que tiene la asignatura) con una puntuación máxima de 7,5 puntos. El segundo consistirá en dos preguntas de desarrollo con una puntuación máxima de 2,5 puntos.

Con esta prueba se tratará de poner de manifiesto que el alumno ha asimilado los conceptos básicos de la asignatura y, sobre todo, que es capaz de transmitir adecuadamente esos conocimientos en su futura etapa docente.

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.

