

# FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN Y DE EMPRESAS

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
Organización de Empresas	Empresa	1º	1º	6	Básica
<b>PROFESOR(ES)</b>			<b>DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>M<sup>a</sup> Teresa Ortega Egea (Coordinadora): Grupo A</li> <li>José Manuel de la Torre Ruíz: Grupo B</li> <li>Nuria E. Hurtado Torres: Grupo B</li> <li>Francisco Juan López Martín: Grupo B</li> </ul>			<p>Dpto. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS  <a href="http://organizacionempresas.ugr.es/">http://organizacionempresas.ugr.es/</a>            Facultad de CC. Económicas y Empresariales            Campus de La Cartuja s/n            958244268; orgaemp@ugr.es</p> <p>M<sup>a</sup> Teresa Ortega Egea. Despacho: B-217,            Teléfono: 958 24 23 52, Correo electrónico:  <a href="mailto:tortega@ugr.es">tortega@ugr.es</a></p> <p>José Manuel de la Torre Ruíz. Despacho: B-222,            Teléfono.: 958 24 95 96, Correo electrónico:  <a href="mailto:jmtorre@ugr.es">jmtorre@ugr.es</a></p> <p>Nuria E. Hurtado Torres. Despacho: A-213,            Teléfono: 958 24 37 08, Correo electrónico:  <a href="mailto:nhurtado@ugr.es">nhurtado@ugr.es</a></p> <p>Francisco Juan López Martín. Despacho: B-221,            Teléfono: 958 24 62 26 , Correo electrónico:  <a href="mailto:filopezm@ugr.es">filopezm@ugr.es</a></p>		
			<b>HORARIO DE TUTORÍAS</b>		
			Véanse las tutorías de cada profesor en la Web del Dpto. de Organización de Empresas.		
<b>GRADO EN EL QUE SE IMPARTE</b>			<b>OTROS GRADOS A LOS QUE SE OFERTA</b>		
Grado en Marketing e Investigación de Mercados			<ul style="list-style-type: none"> <li>Grado en Contabilidad y Finanzas</li> </ul>		



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado en Marketing e Investigación de Mercados</li> <li>• Grado en Economía</li> <li>• Grado en Turismo</li> <li>• Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho</li> </ul>
<b>PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)</b>	
<p>Se recomienda haber cursado el bachillerato de ciencias sociales. Se recomienda acceder con frecuencia al Tablón de Docencia de la asignatura a través del acceso identificado de la web de la Universidad, donde se dejarán materiales de estudio: apuntes complementarios, ejercicios prácticos, comunicaciones y avisos, etc.</p>	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa: concepto y tipología</li> <li>• La empresa y el empresario</li> <li>• La estructura de la propiedad</li> <li>• La empresa y su entorno</li> <li>• La administración de la empresa planificación, organización, dirección y control</li> <li>• Toma de decisiones empresariales</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS</b>	
<p><b>BÁSICAS Y GENERALES</b>  CG1 - Capacidad para el análisis crítico y la síntesis  CG2 - Solidez en los conocimientos básicos de la profesión  CG3 - Capacidad de organización y planificación  CG4 - Habilidad de comunicación oral y escrita en lengua castellana  CG5 -Habilidades de utilización de herramientas informáticas aplicables al ámbito del Marketing e Investigación de Mercados  CG6 - Habilidades de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de diversas fuentes)  CG8 - Capacidad para la resolución de problemas  CG9 - Capacidad para la toma de decisiones  CG10 - Capacidad de trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar  CG13 - Capacidad de reconocer la diversidad y multiculturalidad  CG14 - Capacidad de comunicación con expertos y no expertos en el área de conocimiento  CG15 - Compromiso ético  CG16 - Capacidad de razonamiento crítico y autocrítico  CG17 - Habilidad para trabajar de forma autónoma  CG18 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones  CG19 - Creatividad o habilidad para generar nuevas ideas  CG20 - Capacidad de dirección y liderazgo  CG23 - Capacidad de aprendizaje autónomo  CG24 - Capacidad para aplicar los conocimientos de Marketing e Investigación de Mercados a la práctica  CG25 - Habilidades de investigación en el ámbito del Marketing y la Investigación de Mercados  CG27 - Motivación por la calidad</p>	



CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

#### TRANSVERSALES

CT1 - Capacidad para analizar y comprender las fuerzas del mercado que influyen en las actividades comerciales y para valorar críticamente situaciones empresariales.

CT3 - Capacidad para diseñar y desarrollar planes integrales de marketing.

CT4 - Capacidad para desarrollar conocimientos y habilidades en la dirección estratégica de marketing.

#### ESPECÍFICAS

CE13 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Dirección de Empresas

CE14 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Contabilidad

CE15 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Finanzas

CE16 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Marketing

#### **OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)**

- Identificar el papel que desempeñan las empresas dentro de la Economía, así como conocer las distintas formas que pueden adoptar las mismas.
- Definir el concepto y naturaleza del entorno, así como las respuestas de la empresa.
- Descubrir qué es el crecimiento empresarial, cómo se evalúa y los aspectos que caracterizan a las diferentes modalidades y formas de crecimiento.
- Reconocer los aspectos que caracterizan y definen al empresario.
- Conocer qué es la Administración en la empresa, así como de las distintas áreas de actividad que la componen: planificación, organización, dirección y control.
- Entender los problemas que se plantean a los directivos a la hora de tomar decisiones, así como de las fases que integran un proceso de toma de decisiones.
- Descubrir el funcionamiento del subsistema de financiación-inversión identificando los elementos que intervienen en los ciclos básicos de transformación por los que discurre la actividad económico-financiera de la empresa.
- Identificar las diferentes fuentes de financiación y sus características.
- Descubrir la empresa como sistema real, examinando la función de producción u operaciones como núcleo central de la dinámica empresarial, tanto para una empresa de servicios como una empresa industrial.
- Recordar los factores que influyen en las diferentes decisiones adoptadas en el subsistema de producción.
- Conocer la problemática asociada a la función comercial de la empresa.



## TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

### TEMARIO TEÓRICO:

#### PARTE I: CONCEPTOS BÁSICOS DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS

- Tema 1. LA EMPRESA Y LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS
  - 1.1. Concepto de empresa y de organización.
  - 1.2. Enfoque sistémico de la empresa.
  - 1.3. Los subsistemas funcionales de la empresa.
  - 1.4. La dirección de empresas.
- Tema 2. TEORÍAS DE LA EMPRESA
  - 2.1. Introducción a las teorías de la empresa
  - 2.2. Teoría neoclásica de la empresa.
  - 2.3. Teoría de los costes de transacción.
  - 2.4. Teoría de la agencia.
  - 2.5. Enfoque administrativo.
- Tema 3. EL EMPRESARIO, LA DIRECCIÓN Y EL GOBIERNO DE LA EMPRESA
  - 3.1. El empresario.
  - 3.2. Propiedad, dirección y gobierno de la empresa.
  - 3.3. La dirección. Funciones, niveles y equipos de alta dirección.
  - 3.4. El gobierno de la empresa
- Tema 4. EL ENTORNO DE LA EMPRESA
  - 4.1. Definición de entorno.
  - 4.2. Características del entorno.
  - 4.3. Análisis del entorno general.
  - 4.4. Análisis del entorno específico.

#### PARTE II: EL SUBSISTEMA DE DIRECCIÓN

- Tema 5. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA
  - 5.1. Concepto de dirección estratégica.
  - 5.2. El proceso de dirección estratégica.
  - 5.3. Opciones estratégicas básicas.
- Tema 6. OBJETIVOS, PLANIFICACIÓN Y CONTROL
  - 6.1. La planificación en la empresa: concepto y tipos de planes.
  - 6.2. Los objetivos de la empresa, concepto y tipología.
  - 6.3. El control en la empresa.
  - 6.4. Sistemas de planificación y control.
- Tema 7. LA FUNCIÓN DE ORGANIZACIÓN
  - 7.1. Introducción a la función de organización.
  - 7.2. Diseño organizativo.
  - 7.3. Dimensiones del diseño organizativo.
  - 7.4. Factores de contingencia.
  - 7.5. Formas organizativas.



### PARTE III. LA DIRECCIÓN DE LOS SUBSISTEMAS FUNCIONALES

- Tema 8. LA DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN
  - 8.1. Concepto de producción y de operaciones: objetivos y estrategia.
  - 8.2. Decisiones estratégicas de operaciones.
  - 8.3. Decisiones tácticas de operaciones.
- Tema 9. LA DIRECCIÓN FINANCIERA
  - 9.1. La dirección financiera y sus objetivos.
  - 9.2. La inversión: estructura económica.
  - 9.3. La financiación: estructura financiera.
  - 9.4. El equilibrio financiero.
- Tema 10. LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
  - 10.1. Introducción a la dirección de recursos humanos.
  - 10.2. Las funciones principales de la dirección de recursos humanos.
- Tema 11. LA DIRECCIÓN DE MARKETING
  - 11.1. Objetivos de la dirección de marketing.
  - 11.2. Enfoques clásicos de orientación de las empresas a los mercados
  - 11.3. El proceso de dirección de marketing: principales dimensiones

#### TEMARIO PRÁCTICO:

El profesor planteará actividades prácticas, relacionadas con el contenido teórico, que se realizarán en las sesiones prácticas de la asignatura, que serán complementadas, en su caso, con trabajo no presencial (individual o en grupo). Dichas actividades serán informadas y propuestas en la propia clase por el profesor o, anticipadamente, a través del Tablón de Docencia de la UGR.

#### BIBLIOGRAFÍA

##### BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL:

- FUENTES FUENTES, M.M.; CORDÓN POZO, E. (COORDS.) (2014): Fundamentos en Dirección y Administración de Empresas. Ed. Pirámide.

##### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- AGOTE MARTÍN, A.L.; CORDON POZO, E.; GÓMEZ JIMÉNEZ, E. (1996). Ejercicios de Economía de la Empresa, Ed. Universidad de Granada, Granada
- AGUIRRE SÁDABA, A. (dir.) (1995): Fundamentos de Economía y Administración de Empresas, Pirámide, Madrid.
- BUENO CAMPOS, E. (2008): Curso básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización, Pirámide, Madrid. (el alumno puede consultar también ediciones anteriores)
- BUENO CAMPOS, E.; CRUZ ROCHE, I.; DURÁN HERRERA, J.J. (2007): Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales. Ed. Pirámide, 15ª Edición, Madrid. (el alumno puede consultar también ediciones anteriores) (el alumno puede consultar también ediciones anteriores)
- CASTILLO CLAVERO, A.M. (Coord) (2003): Introducción a la Economía y Administración de Empresas. Ed. Pirámide, Madrid.
- CUERVO GARCÍA, A. (director) (2008): Introducción a la Administración de Empresas. Ed. Civitas, 6ª Edición, Madrid. (el alumno puede consultar también ediciones anteriores)



- DÍEZ DE CASTRO, E. GALÁN GONZÁLEZ, J.L; MARTÍN ARMARIO, E. (2009): Introducción a la Economía de la Empresa I, 4ª Reimpresión. Pirámide, Madrid. (el alumno puede consultar también ediciones anteriores)
- DÍEZ DE CASTRO, E.; GALÁN GONZÁLEZ, J.L; MARTÍN ARMARIO, E. (2007): Introducción a la Economía de la Empresa. Vol II, 3ª Reimpresión. Ed. Pirámide. (el alumno puede consultar también ediciones anteriores)
- IBORRA, M., DASÍ, A., DOLZ, C. Y FERRER, C. (2007, 2010): Fundamentos de Dirección de Empresas. Concepto y habilidades directivas. Ed. Thomson.
- RIALP CRIADO, A. (2003): “Fundamentos teóricos de la organización de empresas. Un enfoque interdisciplinar”, Ed. Pirámide, Madrid.
- SUÁREZ SUÁREZ, A. S. (2007): Curso de Economía de la Empresa, Pirámide, Madrid.

### ENLACES RECOMENDADOS

Cumplimentar con el texto correspondiente en cada caso.

### METODOLOGÍA DOCENTE

Se desarrollarán las siguientes actividades formativas desde una metodología participativa y aplicada que se centra en el trabajo del estudiante (presencial y no presencial/individual y grupal). Las clases teóricas, los seminarios, las clases prácticas, las tutorías, el estudio y trabajo autónomo y el grupal son las maneras de organizar los procesos de enseñanza y aprendizaje de esta materia.

1. **Lección magistral** (Clases teóricas-expositivas). Descripción: Presentación en el aula de los conceptos fundamentales y desarrollo de los contenidos propuestos.  
Propósito: Transmitir los contenidos de la materia motivando al alumnado a la reflexión y a la mentalidad crítica, facilitándole el descubrimiento de las relaciones entre diversos conceptos.
1. **Actividades prácticas** (Clases prácticas). Descripción: Actividades a través de las cuales se pretende mostrar al alumnado cómo debe actuar a partir de la aplicación de los conocimientos adquiridos.  
Propósito: Desarrollo en el alumnado de las habilidades instrumentales de la materia.
2. **Seminarios o talleres**. Descripción: Modalidad organizativa de los procesos de enseñanza y aprendizaje donde tratar en profundidad una temática relacionada con la materia.  
Propósito: Desarrollo en el alumnado de las competencias cognitivas y procedimentales de la materia.
3. **Actividades individuales** (Estudio y trabajo autónomo). Descripción: 1) Actividades (guiadas y no guiadas) propuestas por el profesor para profundizar en aspectos concretos de la materia para que el estudiante avance en la adquisición de conocimientos y procedimientos de la materia, 2) Estudio individualizado de los contenidos de la materia 3) Actividades evaluativas (informes, exámenes, ...)  
Propósito: Favorecer en el estudiante la capacidad para autorregular su aprendizaje, planificándolo, evaluándolo y adecuándolo a sus especiales condiciones e intereses.
4. **Actividades grupales** (Estudio y trabajo en grupo) Descripción: Actividades (guiadas y no guiadas) propuestas por el profesor para profundizar en grupo en aspectos concretos de la materia.  
Propósito: Favorecer en los estudiantes la generación e intercambio de ideas, la identificación y análisis de diferentes puntos de vista sobre una temática, la transferencia de conocimiento y su valoración crítica.
5. **Tutorías académicas**. Descripción: manera de organizar los procesos de enseñanza y aprendizaje que se basa en la interacción entre el estudiante y el profesor.  
Propósito: 1) Orientar el trabajo autónomo y grupal del alumnado, 2) profundizar en distintos aspectos de la materia y 3) orientar la formación académica-integral del estudiante.

### PROGRAMA DE ACTIVIDADES

Primer	Temas	Actividades presenciales	Actividades no presenciales
--------	-------	--------------------------	-----------------------------



cuatrimestre	del temario	(NOTA: Modificar según la metodología docente propuesta para la asignatura)					(NOTA: Modificar según la metodología docente propuesta para la asignatura)			
		Sesiones teóricas (horas)	Sesiones prácticas (horas)	Exposiciones y seminarios (horas)	Tutorías colectivas (horas)	Exámenes (horas)	Etc.	Tutorías individuales (horas)	Estudio y trabajo individual del alumno (horas)	Trabajo en grupo (horas)
<b>Semana 1</b>	La planificación docente será comunicada a los alumnos a través del tablón de docencia al comienzo del curso									
<b>Semana 2</b>										
<b>Semana 3</b>										
<b>Semana 4</b>										
<b>Semana 5</b>										
...										
...										
...										
...										
...										
<b>Total horas</b>										

**EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)**

Siguiendo las recomendaciones de la “Normativa de Evaluación y de Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada” (aprobada por Consejo de Gobierno en la sesión extraordinaria del 20 de mayo de 2013), la evaluación de esta asignatura se lleva a cabo de la siguiente manera:

Para la evaluación de la convocatoria ordinaria de febrero:

Con objeto de evaluar la adquisición de los contenidos y competencias a desarrollar en la materia, se utilizará un sistema de evaluación diversificado, seleccionando las técnicas de evaluación más adecuadas para la asignatura en cada momento, que permita poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el alumnado al cursar la asignatura. Dependiendo del momento, se podrán utilizar las siguientes técnicas de evaluación:

- Prueba escrita: exámenes de ensayo, pruebas objetivas, resolución de problemas, casos o supuestos, pruebas de respuesta breve, informes y diarios de clase.
- Prueba oral: exposiciones de trabajos orales en clase, individuales o en grupo, sobre contenidos de la asignatura (seminario) y sobre ejecución de tareas prácticas correspondientes a competencias concretas.





- Observación: escalas de observación, en donde se registran conductas que realiza el alumno en la ejecución de tareas o actividades que se correspondan con las competencias.
- Técnicas basadas en la asistencia y participación activa del alumno en clase, seminarios y tutorías: trabajos en grupos reducidos sobre supuestos prácticos propuestos.

El sistema de calificaciones se expresará mediante calificación numérica de acuerdo con lo establecido en el art. 5 del R. D 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en el territorio nacional.

**La calificación global corresponderá a la puntuación ponderada de los diferentes aspectos y actividades que integran el sistema de evaluación.** En concreto, la distribución de la calificación será la siguiente:

- Examen Final (70% del peso total de la evaluación). Consistirá en un examen tipo test. Para tener aprobada esta parte, el alumno deberá obtener 5 puntos sobre 10. La puntuación obtenida en el examen será ponderada por el 70%, pudiendo el alumno obtener un máximo de 7 puntos.
- Actividades prácticas (30% del peso total de la evaluación). El alumno podrá obtener un máximo de 3 puntos por esta parte, que serán el resultado de la asistencia, participación/exposición y valoración de las actividades prácticas entregadas, de entre las propuestas por el profesor. No obstante, en relación con la evaluación de esta parte, deben tenerse en cuenta las siguientes cuestiones:
- Para tener derecho a calificación práctica, se deberán haber entregado, al menos, 4 actividades, de entre el total de actividades propuestas por el profesor a lo largo del cuatrimestre. Además, salvo en casos justificados debidamente al profesor, se deberá asistir a las sesiones prácticas presenciales donde se traten las actividades que se entreguen.
- No hay otra forma de obtener calificación práctica, en la Convocatoria Ordinaria de Febrero, que mediante este sistema de prácticas.
- La calificación final del alumno será el resultante de sumar la calificación obtenida en el examen final (siempre que haya sido aprobado) más la calificación de la parte práctica (máximo 3 puntos).

**Nota:** Existe la posibilidad de “**Evaluación Única Final**”, es decir, la que se realiza en un único acto académico. Consistirá en un examen teórico (el mismo que el realizado por los alumnos que sigan la evaluación continua, con la misma ponderación del 70%) y un examen práctico (ponderación del 30%). Para acogerse a esta opción, en las dos primeras semanas de docencia del cuatrimestre, el alumno/a interesado en este sistema deberá solicitar al Director/a del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Granada, alegando y acreditando las razones que le asisten (por ejemplo, motivos laborales, estado de salud, discapacidad o cualquier otra causa debidamente justificada) para no poder seguir el sistema de evaluación continua. En caso de no llevar a cabo este proceso, se entiende que el alumno/a participa voluntariamente en el sistema de evaluación continua.

En relación con la Convocatoria Extraordinaria de Septiembre, léanse las cuestiones siguientes:

La calificación obtenida se obtendrá mediante la realización de un examen que tendrá una parte teórica y una parte práctica. La parte teórica consistirá en un examen con el formato y puntuación de la Convocatoria de Febrero, y una ponderación del 70%. La parte práctica consistirá en la resolución de un caso práctico o similar sobre el que versarán varias cuestiones, y cuya puntuación se ponderará por el 30%. Los alumnos deberán sacar una nota mínima de 5 sobre 10 en ambas partes para hacer nota media.





La calificación práctica obtenida mediante el seguimiento de las actividades prácticas a lo largo del cuatrimestre (evaluación continua) se conservará para los alumnos que no superen la asignatura en Febrero. En este caso, los alumnos quedan exentos de realizar la parte práctica del examen. A la nota obtenida en la parte teórica del examen (siempre que lo superen, es decir, obtengan un mínimo de 5 sobre 10) y ponderada por el 70%, se le sumará la puntuación que ya tuvieran en febrero de la parte práctica.

#### **INFORMACIÓN ADICIONAL**

Se recomienda consultar con el profesor en horas de tutoría cualquier duda sobre la organización o los contenidos de la materia.

