

Plan 246 Lic. en Economía

Asignatura 43704 ECONOMIA DE LA EMPRESA

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

Objetivos

Facilitar al alumno el aprendizaje de los instrumentos básicos para el análisis del entorno de la empresa, así como de las herramientas fundamentales de adopción de decisiones en sus principales áreas funcionales, con el fin de comprender el comportamiento de las organizaciones empresariales en el contexto de su sector de actividad y de la economía general.

Programa de Teoría

Los ejercicios prácticos se realizarán a medida que se vaya avanzando en la exposición de la teoría.

Programa Práctico

Evaluación

MODULO I

Esteban Talaya, A.: "Principios de marketing", Ariel Economía, Barcelona, 1996.

Kotler, P. y otros: "Introducción al marketing", Prentice Hall, Madrid, 2ª ed., 1999.

Martín Armario, E.: "Marketing", Ariel Economía, Barcelona, 1993.

Santesmases Mestre, M.: "Marketing: conceptos y estrategias", Pirámide, Madrid, 3ª ed., 1996.

MODULO II

Gómez Ansón, S.; González Méndez, V. y Menéndez Requejo, S.: "Problemas de dirección financiera", Civitas, Madrid, 2000.

Keown, A.J.; Petty, J.W.; Scott, D.F. y Martin, J.D.: "Introducción a las finanzas", Prentice Hall, Madrid, 1999.

Rodríguez Fernández, J.M.: "El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo", Akal, Madrid, 2003 (para Temas 11 y 20).

Valladolid González, E. y Azofra Palenzuela, V. (coords.): "Prácticas de dirección financiera", Pirámide, Madrid, 2002.

True
