

Plan 257 Ing.Tec.Informática de Gestión

Asignatura 16506 TÉCNICAS DE ORGANIZACION DE EMPRESAS

Grupo 1

### Presentación

El sistema económico y la empresa. Técnicas de administración y técnicas contables.

### Programa Básico

#### TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

##### DESCRIPTOR:

El sistema económico y la empresa. Técnicas de administración y técnicas contables.

##### OBJETIVOS:

Conocer las diferentes unidades funcionales o subsistemas de la empresa para conseguir una perspectiva global de su problemática (visión amplia de los problemas empresariales). Que el alumno sea capaz de comprender la interrelación entre técnica, proceso productivo, comercialización, información, cambio y crecimiento de la empresa (la función directiva como integradora de las actuaciones de los diferentes subsistemas). Ayudar a comprender la evolución económica de las empresas y de valorar las circunstancias del entorno en relación con la misma. Que reconozca el valor estratégico de la actividad comercial de la empresa, y la satisfacción del comprador como centro de dicha actividad.

##### PROGRAMA DE TEORÍA:

###### A. LA EMPRESA Y EL MERCADO

- 1.La empresa como realidad.
- 2.La empresa como sistema.
- 3.Pensamiento sistémico y aprendizaje organizativo.
- 4.La empresa y el entorno.
- 5.Dinámica industrial.
- 6.El subsistema productivo desde una perspectiva sistémica.
- 7.El subsistema comercial desde una perspectiva sistémica.
- 8.El subsistema financiero desde una perspectiva sistémica.

###### B. DECISIONES SOBRE COMERCIALIZACIÓN

- 9.Introducción al marketing.
- 10.El comportamiento del consumidor.
- 11.La demanda.
- 12.La segmentación del mercado.
- 13.Estrategia de producto.
- 14.La fijación de precios.
- 15.La promoción del producto.
- 16.La distribución comercial.

##### PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

Práctica PAVES (Profesores Asociados Vinculados a Empresas).  
Aprendizaje mediante la utilización de un simulador de empresa.  
Estudio de casos sobre los temas tratados.

##### BIBLIOGRAFÍA:

Senge, P. (1999): La quinta disciplina. Granica.

## Objetivos

Conocer las diferentes unidades funcionales o subsistemas de la empresa para conseguir una perspectiva global de su problemática (visión amplia de los problemas empresariales). Que el alumno sea capaz de comprender la interrelación entre técnica, proceso productivo, comercialización, información, cambio y crecimiento de la empresa (la función directiva como integradora de las actuaciones de los diferentes subsistemas). Ayudar a comprender la evolución económica de las empresas y de valorar las circunstancias del entorno en relación con la misma. Que reconozca el valor estratégico de la actividad comercial de la empresa, y la satisfacción del comprador como centro de dicha actividad. Que valore la importancia del estudio del mercado como requisito para una correcta formulación de la estrategia comercial.

---

## Programa de Teoría

### A. LA EMPRESA Y EL MERCADO

1. La empresa como realidad.
2. La empresa como sistema.
3. Pensamiento sistémico y aprendizaje organizativo.
4. La empresa y el entorno.
5. Dinámica industrial.
6. El subsistema productivo desde una perspectiva sistémica.
7. El subsistema comercial desde una perspectiva sistémica.
8. El subsistema financiero desde una perspectiva sistémica.

### B. DECISIONES SOBRE COMERCIALIZACIÓN

9. Introducción al marketing.
  10. El comportamiento del consumidor.
  11. La demanda.
  12. La segmentación del mercado.
  13. Estrategia de producto.
  14. La fijación de precios.
  15. La promoción del producto.
  16. La distribución comercial.
- 

## Programa Práctico

Práctica PAVES (Profesores Asociados Vinculados a Empresas).  
Aprendizaje mediante la utilización de un simulador de empresa.  
Estudio de casos sobre los temas tratados.

---

## Evaluación

Conforme a los resultados de la prueba final de conocimientos y de las prácticas propuestas.  
En las dos convocatorias oficiales la calificación global se compondrá de la siguiente forma: prueba escrita 75% y práctica PAVES 25% (en su caso).  
La prueba escrita constará de 2 partes (A y B), con un peso del 50% cada una y con una calificación mínima para promediar de 3 puntos sobre 10 en cualquiera de ellas. La prueba de la parte B será de preguntas de respuesta múltiple (tipo test).

---

## Bibliografía

- Senge, P. (1999): La quinta disciplina. Granica.  
Santesmases, M. (1999): Marketing: conceptos y estrategias. Pirámide.
-