

Plan 258 Ing. Tec. en Informática de Sist.

Asignatura 16545 ECONOMIA DE LA EMPRESA

Grupo 1

Presentación

Conceptos de generales de Economía (inflación, tipos de interés, crecimiento económico...), mercados financieros (Bolsa) y aspectos relacionados con la empresa (fuentes de financiación, objetivos, emisión de acciones...).

Programa Básico

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA. TIPOS DE ORGANIZACIONES MERCANTILES. EL ENTORNO DE LA EMPRESA. LAS INFLUENCIAS DEL ENTORNO ECONÓMICO Y LA POLÍTICA DEL GOBIERNO SOBRE LA EMPRESA. LA INFLUENCIA DE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y EL ENTORNO EXTERIOR SOBRE LA EMPRESA. LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO. LA EMPRESA Y LOS OBJETIVOS FINANCIEROS. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS. FINANCIACIÓN EXTERNA DE LA EMPRESA. FINANCIACIÓN INTERNA O AUTOFINANCIACIÓN. LA PRODUCCIÓN Y EL SISTEMA PRODUCTIVO. PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN. LA FUNCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN. DECISIONES DE MARKETING

Objetivos

Conseguir que los alumnos adquieran una formación básica en temas relacionados con la Economía aplicados al ámbito empresarial. Las áreas fundamentales de estudio hacen referencia a la influencia de la política económica del gobierno y el entorno financiero de la empresa sobre la misma, al comportamiento del mercado y el conocimiento de la estructura organizativa y financiera de la empresa.

Programa de Teoría

TEMA 1.- INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA.
1.1. El problema económico, 1.2. El ámbito de la actividad mercantil, 1.3. La empresa, 1.4. El tamaño de la empresa, 1.5. Crecimiento de la empresa.
TEMA 2.- TIPOS DE ORGANIZACIONES MERCANTILES.
2.1. Principios básicos de las sociedades capitalistas, 2.2. Las organizaciones mercantiles en el sector privado, 2.3. Las organizaciones mercantiles en el sector público, 2.4. Estructura sectorial de la economía.
TEMA 3.- EL ENTORNO DE LA EMPRESA.
3.1. El Gobierno y los objetivos económicos, 3.2. Comercio internacional, 3.3. Balanza de pagos y tipos de cambio.
TEMA 4.- LAS INFLUENCIAS DEL ENTORNO ECONÓMICO Y LA POLÍTICA DEL GOBIERNO SOBRE LA EMPRESA.
4.1. La demanda agregada y la inflación, 4.2. Los tipos de interés, 4.3. Los tipos de cambio.
TEMA 5.- LA INFLUENCIA DE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y EL ENTORNO EXTERIOR SOBRE LA EMPRESA.
5.1. Influencias de la política económica del Gobierno sobre las decisiones empresariales, 5.2. El sistema monetario europeo, 5.3. Etapas hacia la Unión Económica y Monetaria.
TEMA 6.- LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO.
6.1. Introducción, 6.2. Función económica y evolución de la figura del empresario, 6.3. Teorías sobre la empresa.
TEMA 7.- LA EMPRESA Y LOS OBJETIVOS FINANCIEROS.
7.1. Objetivo de la empresa, 7.2. Objetivos financieros de la empresa, 7.3. Las decisiones financieras de la empresa.
TEMA 8.- DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS.
8.1. Mercados financieros. Definición y componentes, 8.2. Características de los mercados financieros, 8.3. Clasificación de los mercados financieros, 8.4. La Bolsa.
TEMA 9.- FINANCIACIÓN EXTERNA DE LA EMPRESA.
9.1. Alternativas de financiación externa, 9.2. Financiación externa a CP, 9.3. Financiación externa a LP: emisión de acciones, 9.4. Emisión de obligaciones.

TEMA 10.- FINANCIACIÓN INTERNA O AUTOFINANCIACIÓN.

10.1. La autofinanciación, 10.2. La amortización: causas de la depreciación, 10.3. La función financiera de las amortizaciones, 10.4. Métodos de amortización, 10.5. Efecto expansivo de la amortización, 10.6. Efecto multiplicador de la autofinanciación, 10.7. Ventajas e inconvenientes de la autofinanciación.

TEMA 11.- LA PRODUCCIÓN Y EL SISTEMA PRODUCTIVO.

11.1 La función de producción, 11.2. Clases de sistemas productivos, 11.3. Diseño de producto y proceso, 11.4. Aspectos relativos a la fábrica.

TEMA 12.- PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN.

12.1. Los costes de producción, 12.2. ¿Comprar o producir?, 12.3. Modelos y técnicas básicas de planificación, 12.4. El control del sistema productivo.

TEMA 13.- LA FUNCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN.

13.1. Introducción a la función de marketing, 13.2. La investigación de mercados, 13.3. Criterios de segmentación, 13.4. El comportamiento del consumidor, 13.5. Estrategia y ventaja competitiva de la empresa.

TEMA 14.- DECISIONES DE MARKETING

14.1. Política de producto, 14.2. Política de distribución, 14.3. Política de comunicación, 14.4. Política de precios.

Programa Práctico

Se realizarán distintos tipos de prácticas en el aula relacionadas con los contenidos de cada tema

Evaluación

1º El examen de la asignatura constará de una parte teórica que se utilizará para valorar los conceptos estudiados y la resolución de problemas para valorar los conocimientos prácticos. 2º Con carácter voluntario se propondrá la realización de un trabajo que profundice en algún aspecto del programa de especial interés para el alumno. Su valoración será del 20% de la calificación final 3º Igualmente se tendrá en cuenta la realización de las prácticas y ejercicios propuestos a lo largo del curso.

Bibliografía

Cuervo García, A.: "Administración de empresas", Cívitas.

-Martínez Bobillo, A. y Tejerina Gaité, F.: "Economía de la Empresa", libro de apuntes.

-Suárez Suárez, A.: "Curso de introducción a la economía de la empresa", Pirámide.
