

Plan 304 Ing.Tec.Telec Esp Sist Electrónicos

Asignatura 44470 ORGANIZACION DE EMPRESAS

Grupo 1

Presentación

El descriptor oficial de la asignatura dice así: "Economía general de la empresa. Administración de empresas. Sistemas productivos y organización industrial".

Programa Básico

ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
I.T. TELECOMUNICACIÓN (SISTEMAS ELECTRÓNICOS)
CURSO 2008/2009

Objetivos:

Conocer las diferentes unidades funcionales o subsistemas de la empresa para conseguir una perspectiva global de su problemática. Dominar con fluidez y propiedad la terminología básica empresarial. Tener una visión amplia de los problemas empresariales, derivada de la contemplación de múltiples aproximaciones a dichos problemas, así como del desarrollo de la capacidad de crítica y síntesis. Identificar al factor humano como uno de los más relevantes para el éxito de la empresa. Fomentar el trabajo en equipo que enriquece las soluciones individuales.

Programa de Teoría:

BLOQUE I. LA EMPRESA Y EL PROCESO DE DIRECCIÓN

1. Introducción a los mercados.
2. La dirección estratégica.
3. Los valores de la empresa: cultura, ética empresarial, misión y responsabilidad social.
4. Los objetivos, la planificación y el control.
5. El diseño de la organización.
6. El comportamiento humano en la empresa.

BLOQUE II. DIRECCIÓN FINANCIERA

7. La decisión de financiación.
8. La decisión de inversión.
9. Análisis de estados financieros.

BLOQUE III. DIRECCIÓN COMERCIAL

10. El comportamiento del consumidor.
11. Marketing estratégico: demanda y segmentación.
12. Marketing operativo I: producto y precio.
13. Marketing operativo II: promoción y distribución.

Programa de prácticas:

- Estudio de casos o problemas sobre los temas tratados.
- Lectura obligatoria de un libro técnico sobre el cual el alumno será evaluado.
- Práctica de simulación empresarial por equipos.
- Trabajo en profundidad y voluntario.

Bibliografía básica:

- Cuervo, A. (2004): Introducción a la Administración de Empresas. Cívitas.
- Gasalla, J.M. (2006): La Nueva Dirección De Personas. Pirámide.
- Iborra M. et al (2006): Fundamentos de Dirección de Empresas. Thomson.

-
- Santesmases, M. (2004): Marketing. Conceptos y estrategias. Pirámide.
-

Objetivos

Conocer las diferentes unidades funcionales o subsistemas de la empresa para conseguir una perspectiva global de su problemática. Dominar con fluidez y propiedad la terminología básica empresarial. Tener una visión amplia de los problemas empresariales, derivada de la contemplación de múltiples aproximaciones a dichos problemas, así como del desarrollo de la capacidad de crítica y síntesis. Identificar al factor humano como uno de los más relevantes para el éxito de la empresa. Fomentar el trabajo en equipo que enriquece las soluciones individuales.

Programa de Teoría

BLOQUE I. LA EMPRESA Y EL PROCESO DE DIRECCIÓN

1. Introducción a los mercados.
2. La dirección estratégica.
3. Los valores de la empresa: cultura, ética empresarial, misión y responsabilidad social.
4. Los objetivos, la planificación y el control.
5. El diseño de la organización.
6. El comportamiento humano en la empresa.

BLOQUE II. DIRECCIÓN FINANCIERA

7. La decisión de financiación.
8. La decisión de inversión.
9. Análisis de estados financieros.

BLOQUE III. DIRECCIÓN COMERCIAL

10. El comportamiento del consumidor.
 11. Marketing estratégico: demanda y segmentación.
 12. Marketing operativo I: producto y precio.
 13. Marketing operativo II: promoción y distribución.
-

Programa Práctico

- Estudio de casos o problemas sobre los temas tratados.
 - Lectura voluntaria de un libro sobre el cual el alumno será evaluado.
 - Práctica de simulación empresarial por equipos.
 - Trabajo en profundidad y voluntario.
-

Evaluación

Conforme a las prácticas propuestas y las pruebas que se realicen.

Si el alumno decide realizar la lectura del libro, en sus dos convocatorias oficiales la calificación global se compondrá así: prueba libro 20%, simulación por equipos 20% y examen 70%.

Si el alumno no desea realizar la lectura del libro, en sus dos convocatorias oficiales la calificación global se compondrá así: simulación por equipos 20% y examen 80%.

La prueba que evalúa la lectura del libro será de tipo test. El examen también será de tipo test y para aprobar la asignatura será preciso obtener en él al menos un 4/10. La práctica de simulación por equipos requiere la asistencia a clase los días en que se realice.

En la evaluación sólo se tendrán en cuenta las actividades realizadas durante el periodo lectivo y en las fechas programadas por los profesores.

Las calificaciones de las prácticas se guardan de un Curso Académico para el siguiente.

Bibliografía
