

Plan 229 Ing.Tec.Forestal Esp Indus.Foresta

Asignatura 19215 ECONOMIA

Grupo 1

### Presentación

### Programa Básico

Asignatura: ECONOMIA

PROYECTO DOCENTE 08/09

Titulación: ING.TEC.FORESTAL ESP INDUS.FORESTA (SO) (Código Plan: 229)

Programa básico de la asignatura

#### INTRODUCCIÓN.

La presente asignatura tiene carácter troncal y está dotada de 9 créditos, de los cuales 6 son de carácter teórico y los 3 restantes prácticos; se trata de una asignatura anual que se imparte en el tercer curso de la diplomatura. El Departamento de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados se hará cargo de la docencia a través de las profesoras: D<sup>a</sup> Elisa de la Cruz López el primer cuatrimestre del año académico y D<sup>a</sup> Blanca García Gómez durante en el segundo. Las áreas de conocimiento a las que se halla adscrita son: Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados.

#### Objetivos:

Que el alumno tenga unos conocimientos básicos de la empresa, del papel que cumple en el sistema económico y en la sociedad y su funcionamiento interno.

#### Programa de teoría:

Parte de la definición del concepto de empresa y de su papel en el sistema económico y en la sociedad, para, después, abordar de un modo general todas las áreas funcionales de la empresa: sistema productivo, sistema de administración, sistema financiero y sistema de comercialización,

#### PARTE PRIMERA: FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA Y EMPRESA:

Tema 1.Economía y empresa.

Tema 2.La empresa como organización.

Tema 3.Análisis económico de la empresa.

#### PARTE SEGUNDA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

TEMA 4. Las decisiones en la empresa.

TEMA 5. Dirección de la empresa.

TEMA 6. Diseño de la organización.

TEMA 7. Modelos estructurales.

#### PARTE TERCERA: LAS OPERACIONES EN LA EMPRESA.

TEMA 8. El subsistema de operaciones.

TEMA 9. Diseño del subsistema de operaciones: Producto, Proceso y Trabajo.

TEMA 10. Diseño del subsistema de operaciones: Capacidad, localización y distribución en planta.

---

TEMA 11. Planificación y control de inventarios.

TEMA 12. Planificación, programación y control de proyectos.

PARTE CUARTA: LAS FINANZAS EN LA EMPRESA:

Tema 13. La función financiera de la empresa.

Tema 14. Las decisiones de inversión en la empresa.

Tema 15. Las fuentes de financiación.

Tema 16. Rentabilidad y riesgo empresarial.

PARTE QUINTA: LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA EMPRESA:

Tema 17. La función de marketing en la empresa.

Tema 18. El mercado y la demanda.

Tema 19. El marketing mix.

---

## Objetivos

Que el alumno tenga unos conocimientos básicos de la empresa, del papel que cumple en el sistema económico y en la sociedad y su funcionamiento interno.

---

## Programa de Teoría

Parte de la definición del concepto de empresa y de su papel en el sistema económico y en la sociedad, para, después, abordar de un modo general todas las áreas funcionales de la empresa: sistema financiero, sistema de comercialización, sistema productivo y de administración.

---

PARTE PRIMERA: FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA Y EMPRESA:

Tema 1. Economía y empresa.

Tema 2. La empresa como organización.

Tema 3. Análisis económico de la empresa.

PARTE SEGUNDA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

TEMA 4. Las decisiones en la empresa.

TEMA 5. Dirección de la empresa.

TEMA 6. Diseño de la organización.

TEMA 7. Modelos estructurales.

PARTE TERCERA: LAS OPERACIONES EN LA EMPRESA.

TEMA 8. El subsistema de operaciones.

TEMA 9. Diseño del subsistema de operaciones: Producto, Proceso y Trabajo..

TEMA 10. Diseño del subsistema de operaciones: Capacidad, localización y distribución en planta.

TEMA 11. Planificación y control de inventarios.

---

---

TEMA 12. Planificación, programación y control de proyectos.

PARTE CUARTA: LAS FINANZAS EN LA EMPRESA:

Tema 13. La función financiera de la empresa.

Tema 14. Las decisiones de inversión en la empresa.

Tema 15. Las fuentes de financiación.

Tema 16. Rentabilidad y riesgo empresarial.

PARTE QUINTA: LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA EMPRESA:

Tema 17. La función de marketing en la empresa.

Tema 18. El mercado y la demanda.

Tema 19. El marketing mix.

---

Programa Práctico

---

Evaluación

La evaluación final de la asignatura se hará mediante un examen teórico-práctico.

---

Bibliografía

---