Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Fundamentos de Dirección de Empresas
Curso 2023/2024

Asignatura

Nombre Asignatura	Fundamentos de Dirección de Empresas
Código	101422010
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Marketing (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	1

Profesores

Nombre	Jaime Benguria Aguirreche

Universidad Villanueva

Datos Generales

CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

OBJETIVOS TEÓRICOS

Esta asignatura se centra en:
La dirección y organización de la empresa.

La estrategia empresarial: definición e implantación.

Los planes estratégicos: indicadores clave.

La dirección comercial.

El marketing, la comunicación y la gestión de la fuerza de ventas.

La dirección financiera.

El control de gestión.

La dirección de la producción.

Los sistemas y servicios de apoyo.

La dirección de Recursos Humanos. Captación y retención del talento.

La cultura y el clima de la organización.

La imagen e identidad de la empresa: reputación interna y externa.

OBJETIVOS PRÁCTICOS

· Delimitar correctamente las relaciones entre las distintas áreas funcionales de la empresa en un contexto adecuado.

· Desarrollar un pensamiento riguroso frente a los problemas que se presentan en las áreas económico-financieras de las empresas.

· Utilizar con soltura y propiedad el vocabulario de uso habitual entre los profesionales que trabajan en las diferentes áreas de las empresas.

· Comprender que la estrategia en el ámbito empresarial afecta a todos los grupos de interés.

· Diferenciar los estilos de liderazgo y gestión de equipos más adecuados para favorecer el consenso y la convivencia.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Analizar las variables sociales, económicas y culturales de un determinado contexto para valorar su influencia en el ámbito empresarial

CG2 - Valorar la importancia del trabajo en equipo para el funcionamiento exitoso de la organización.

CG3 - Identificar las estrategias y los recursos que inciden en el éxito de la actividad comercial para lograr mejores resultados.

CG4 - Comprender las características de la sociedad digital y su influencia en la actividad empresarial para favorecer formatos de negocio más adecuados.

CG5 - Percibir la relevancia de la cultura organizativa para entender su funcionamiento y mejorar las formas de trabajo y de relación que se desarrollan en toda organización

CG6 - Analizar la información y los datos provenientes de fuentes diversas para llevar a cabo un correcto diagnóstico de la realidad del mercado y tomar las decisiones idóneas.

CG7 - Reconocer los factores que inciden en el funcionamiento de una organización para contribuir a su mejora.

CG8 - Desarrollar habilidades interpersonales que refuercen el trabajo autónomo y las capacidades de persuasión y negociación.

CG9 - Reflexionar sobre las dimensiones de la personalidad humana para valorar el comportamiento individual y social en un determinado contexto histórico

CG10 - Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos propios de la profesión, respetando los principios de libertad e igualdad y defendiendo una cultura de paz y respeto de los derechos fundamentales y digitales.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

ESPECÍFICAS

CE1 - Comprender las características del mercado, y del entorno económico y empresarial para saber gestionar y administrar una organización.

CE2 - Comprender los fundamentos de la dirección estratégica y del diseño y gestión de proyectos para aplicarlos a la realidad de una organización.

CE3 - Conocer los principales indicadores de gestión de una organización (volumen de facturación, cuota de mercado, rentabilidad, eficiencia, valor de la marca) para poder evaluar su desempeño.

CE5 - Comprender los activos intangibles de la empresa, para poder desarrollar estrategias y acciones que refuercen la reputación corporativa de la organización.

CE6 - Aplicar los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

CE7 - Establecer las características y prestaciones que debe tener un producto o servicio como paso previo al prototipado y lanzamiento del mismo.

CE8 - Diseñar una campaña de marketing seleccionando los soportes y medios adecuados para la planificación de programas y acciones, utilizando las herramientas específicas para cada soporte.

CE9 - Confeccionar productos en formato web, y utilizar las herramientas básicas de ese entorno relacionadas con el análisis y verificación de fuentes, el posicionamiento, el análisis de audiencias, la minería de datos, la inteligencia artificial, la comunicación en redes sociales y la visualización de datos.

CE10 - Elaborar un plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y marketing.

CE11 - Utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

CE12 - Poner en marcha procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes para la comunicación de productos y servicios.

CE14 - Diseñar, planificar y desarrollar las estrategias de distribución y los espacios comerciales y puntos de venta para que los productos y servicios sean más visibles y lleguen mejor al consumidor respetando los valores de la marca.

CE15 - Analizar y segmentar el mercado y los productos para definir políticas de precio que se adecúen a las necesidades y expectativas de los consumidores.

CE17 - Saber elaborar y comprender los estados financieros como herramienta para la toma de decisiones, siendo capaz de verificar su fidelidad.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

BLOQUE A: INTRODUCCIÓN

Tema 1. Introducción al mundo de la empresa

Tema 2. Dirección y organización

BLOQUE B: CORPORATIVO

Tema 3. El factor humano

Universidad Villanueva

Tema 4: La imagen e identidad de la empresa: reputación interna y externa

BLOQUE C: COMERCIAL

Tema 5. La dirección comercial

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Denominación	N.º horas	% Presencialidad
Af1 - Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.	175	100
Af2 - Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones de redacción periodística, herramientas informáticas, etc.).	200	100
Af3 - Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.	100	60
Af4 - Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.	35	60
Af5 - Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.	200	0
Af6 - Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes.	40	100

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

El profesor evaluará a cada estudiante a partir de la nota de asistencia y participación, la nota de la evaluación continua y la del examen realizado al final del curso.

SE3 - **Pruebas de evaluación oral o escrita: 50%.** valoración mediante prueba objetiva oral o escrita de los contenidos teórico-prácticos de la materia. **La nota del examen pasa a ser 0 (cero) si no se**

supera los 5 (cinco) puntos sobre 10 (diez).

SE2 - **Evaluación de trabajos, prácticas, informes: 40%.** Valorar el aprendizaje y la adquisición de competencias de los estudiantes a través de la realización de trabajos, individuales o grupales, que pueden incluir una presentación oral. **Es obligatorio aprobar con al menos un 5 (cinco) este bloque.**

SE1 - **Evaluación de la asistencia y participación del estudiante / participación y proactividad en el aula: 10%.** Valorar el desempeño y aprovechamiento de la materia, así como de las competencias pertinentes, a través de la asistencia, la observación pautada de comportamientos y la participación: . Excepto por causas de fuerza mayor justificables con documento oficial, no hay justificación para no asistir a clase. **Es necesario haber asistido al menos al 75% de las sesiones.**

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

SE3 - **Pruebas de evaluación oral o escrita: 50%.** Valoración mediante prueba objetiva oral o escrita de los contenidos teórico-prácticos de la materia. La nota del examen pasa a ser 0 (cero) si no se supera los 5 (cinco) puntos sobre 10 (diez).

SE2 - **Evaluación de trabajos, prácticas, informes: 40%.** Incluye, **además de las prácticas ordinarias de la materia**, la **evaluación de la lectura de una obra/texto de carácter referencial en la disciplina** (según el criterio común de la Universidad adoptada a partir del curso 2020/21)**que el alumno realizará inmediatamente después del examen de convocatoria extraordinaria**. Se exigirá **superar con al menos un 5 (cinco)** de media a aquellos alumnos que hayan suspendido la evaluación continua en la convocatoria ordinaria. Las prácticas atrasadas deben estar entregadas antes de la hora de comienzo del examen.

SE1 - **Evaluación de la asistencia y participación del estudiante / participación y proactividad en el aula: 10%.** Se mantiene la nota de asistencia y participación de la convocatoria ordinaria, sin necesidad mínima de asistencia.

ALUMNOS EN SEGUNDA MATRÍCULA O PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES QUE ESTÉN EXENTOS DE ASISTENCIA

SE3 - **Pruebas de evaluación oral o escrita: 70%** - **La nota del examen pasa a ser 0 (cero) si no se supera los 5 (cinco) puntos** sobre 10 (diez).

SE2 - **Evaluación de trabajos, prácticas, informes: 30%** - Incluye la **evaluación de la lectura de una obra/texto de carácter referencial en la disciplina** (según el criterio común de la Universidad adoptada a partir del curso 2020/21).

La calificación **NO PRESENTADO** no consume convocatoria. En cualquier caso, cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la guía docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como no presentada su asignatura. En este caso, la calificación final corresponderá a la media ponderada de

su evaluación continua.

NORMAS COMUNES SOBRE EXPRESIÓN ESCRITA

Se aplican para la corrección de los exámenes escritos de la asignatura y de cualquier entrega de ejercicios escritos tanto en la convocatoria ordinaria como la extraordinaria:

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, desde el curso 2020/21 la Universidad adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación.

Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación.

Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Para el estudio y preparación de las clases, el principal material de referencia son los apuntes de la asignatura disponibles en el campus virtual. Además, puede utilizarse también la bibliografía recomendada que indique el profesor, que estará disponible para los alumnos en la Biblioteca de la Universidad.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA (2ª convocatoria)

Pla Barber, J. & León Darder, F. (2017). Dirección Internacional de la Empresa: (1 ed.). McGraw-Hill España. https://elibro.net/es/lc/villanueva/titulos/229815

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:

El desafío Starbucks / Onward : How Starbucks Fought for Its Life without Losing Its Soul Howard Schultz

Amazon desatado: Jeff Bezos y la invención de un imperio global - Brad Stone

Nunca te pares: Autobiografía del fundador de Nike Phil Knight

De cero a uno: Cómo inventar el futuro - Peter Thiel

Elon Musk: El empresario que anticipa el futuro Ashlee Vance

HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

El horario y el calendario de exámenes puede consultarse en el campus virtual.

El profesor estará a disposición de los alumnos para cualquier duda en el horario de tutoría que él establezca, previa solicitud formal por correo.

PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo con la memoria verificada de la titulación.