

Introducción

El estudio de la economía y la dirección de empresas en la actualidad adquiere una relevancia creciente a medida que en el sistema económico y en el tejido empresarial se hace necesario entender y responder a los cambios que impone la mejora de la competitividad. La formación necesaria para gestionar organizaciones capaces de competir con un entorno cada vez más complejo, dinámico y global requiere la realización de un importante esfuerzo desde la Universidad con el fin de generar y desarrollar actitudes y capacidades, así como de transmitir los conocimientos adecuados para afrontar esta nueva situación. También se ha de reconocer la necesidad de impulsar el espíritu emprendedor, que fomente el desarrollo económico y social de la sociedad, mediante la potenciación del establecimiento de nuevos negocios, productos y procesos que permitan la consolidación, crecimiento y diversificación de las actividades económicas que se desarrollan en un determinado entorno. Sobre esta base, en esta materia se pretende ofrecer al estudiante una visión general e introductoria de la economía y la dirección de empresas en los términos anteriormente expuestos.

Objetivos

A lo largo del desarrollo de este curso se abordarán cuestiones económicas generales y más concretamente relacionadas con la problemática empresarial. Con las sesiones que se impartirán en el mismo y los materiales didácticos presentados se pretende que el estudiante desarrolle una serie de capacidades encaminadas a:

- Situar los estudios de Economía y Empresa como aspectos básicos de la realidad actual.
- Despertar el interés y profundizar en las inquietudes del estudiante sobre la Economía y la Empresa.
- Concienciar al estudiante del papel que desempeña el empresario como motor del desarrollo económico y social de una comunidad.
- Desarrollar capacidades conceptuales de dirección y gestión relacionadas con la complejidad y globalidad del entorno económico y de las unidades empresariales.
- Fomentar el manejo y la comprensión de información sobre Economía y Dirección de Empresas.

- Promover una actitud emprendedora y creativa en el estudiante.
- Desarrollar una capacidad crítica con respecto a las situaciones empresariales y fomentar la creación de opiniones basadas en argumentos sólidos.

Para el logro de los objetivos anteriormente expuestos, se propone estructurar el curso en tres grandes bloques, cada uno de los cuales permitirá alcanzar unas metas más específicas. El primer bloque introduce al estudiante en los conceptos generales que conforman el campo de la economía, la estrategia empresarial y la estructura organizativa, centrándose finalmente en la función directiva. En estos temas los objetivos giran en torno al acercamiento de las nociones fundamentales de economía y empresa al estudiante; al reconocimiento de la importancia de la estrategia empresarial; a la clarificación del concepto de estructura y a la comprensión de las interrelaciones complejas que caracterizan a las organizaciones, así como al planteamiento y discusión de la relevancia de la dirección en la empresa.

En segundo lugar, se pretende introducir al estudiante en el conocimiento de las áreas funcionales que componen la empresa, de tal forma que sea capaz de identificar las principales decisiones que se toman en cada una de ellas y que se consideran básicas para la correcta gestión de las mismas. En este sentido, se pretende que el estudiante conozca las líneas en las que se fundamenta la dirección de los recursos humanos, la elección de las fuentes de financiación más apropiadas, la valoración de las inversiones en las que se materializará dicha financiación, la dirección de los procesos de producción y aprovisionamiento, así como el análisis del mercado, la determinación de los precios de venta y la elección de las políticas de promoción y de los canales de distribución para la empresa. De esta forma, se consigue presentar una visión integradora y general de la empresa y de las peculiaridades de la gestión de sus áreas funcionales.

El tercer y último bloque aborda la problemática de la creación y el desarrollo de empresas y nuevos negocios. El objetivo principal en este apartado es conocer en qué consiste el desarrollo de un proyecto empresarial y el análisis de su viabilidad, además de presentar las principales pautas que guían la actividad económica del empresario.

Prerrequisitos

Conocimientos previos necesarios

Para el logro de los objetivos propuestos y el seguimiento de los contenidos a impartir en esta materia, el estudiante deberá poseer capacidades básicas de análisis y comprensión de textos, así como técnicas elementales de producción de textos gramatical y ortográficamente correctos y con parámetros de calidad. Además, la densidad del temario y la necesidad de acceder a ciertos documentos complementarios requieren que el estudiante sepa discriminar y seleccionar información en función de su grado de ajuste

con el programa que se imparte.

Por otra parte, se requiere que el estudiante tenga conceptos y procedimientos básicos de matemáticas.

Contenidos

Tema 1. La economía y la empresa. En el primer tema de la materia se plantea la definición de economía y sus implicaciones más destacadas, recogiendo los sistemas económicos básicos. Además, se expone el concepto de mercado y se analiza cómo es su funcionamiento con la interrelación de la oferta y la demanda. Posteriormente, se realiza la introducción al concepto de empresa para dar paso a su tipología. La figura del empresario también tiene un especial tratamiento a la vista de su importancia económica.

Tema 2. La estrategia y la estructura de la empresa. El tema se inicia abordando el estudio del entorno de la empresa, uno de los elementos esenciales para poder formular la estrategia de la empresa. A su vez, la estrategia será uno de los principales determinantes de la estructura de la empresa. Se aborda su definición y se presentan los principios del diseño organizativo.

Tema 3. La dirección de la empresa. El análisis de la función directiva se realiza partiendo de la concepción clásica de la misma (que comprende la planificación, organización, dirección de recursos humanos y control). Además, se expone la problemática del proceso de toma de decisiones, así como su tipología. Se plantean las clasificaciones convencionales de los directivos y se enuncian las habilidades requeridas para realizar tareas directivas. El tema finaliza detallando los diferentes roles que se desarrollan para el ejercicio de la función directiva.

Tema 4. El subsistema de recursos humanos de la empresa. En primer lugar, se trata la problemática de la motivación de los recursos humanos en la empresa, así como las principales cuestiones relacionadas con el liderazgo. Tras considerar los aspectos referentes a la comunicación intraempresarial, se realiza un análisis de los procesos de reclutamiento y selección de personal, así como de los procesos de formación y compensación. Estas decisiones, correctamente adoptadas, constituyen los pilares en los que se fundamenta una eficaz dirección de los recursos humanos dentro de las empresas.

Tema 5. El subsistema financiero de la empresa. Este tema gira en torno a dos partes diferenciadas. En la primera parte del tema, se exponen los diferentes elementos que constituyen el patrimonio de la empresa y se introduce la contabilidad como herramienta básica para la medición de dicho patrimonio. Asimismo, se presentan los libros contables más importantes indicando su significado y función. En la segunda parte del tema se aborda el análisis de la función financiera de la empresa, la cual se encarga de la administración y control de los recursos financieros, siendo esta área funcional el punto de contacto entre la obtención (financiación) y aplicación (inversión) de los recursos financieros. Así, se estudian las inversiones, analizando las magnitudes que las definen, así como las técnicas que permiten valorar su viabilidad. Por último, se revisan las distintas fuentes de financiación que puede utilizar la empresa.

Tema 6. El subsistema de producción de la empresa. En este tema se define en qué consiste un proceso de producción. Se analizan las diferencias entre la fabricación de un bien y la prestación de un servicio. Seguidamente, se analizan las decisiones estratégicas y tácticas a las que se enfrenta el director de producción. Todas estas decisiones correctamente tomadas permitirán mejorar la competitividad de la empresa, atendiendo sobre todo a criterios de calidad.

Tema 7. El subsistema de marketing de la empresa. Incluye una aproximación al concepto de marketing. Se analizan las decisiones relativas al análisis de la demanda, la de segmentación del mercado, el estudio del comportamiento del consumidor y las técnicas utilizadas para la investigación del mismo. Finalmente, se explican aquellos conceptos que integran el marketing *mix* de la empresa y que hacen referencia a las decisiones sobre el producto a ofrecer, el precio del mismo, los mecanismos de comunicación a utilizar, así como los canales de distribución más convenientes para hacer llegar dicho producto al consumidor final.

Tema 8. Creación y desarrollo de empresas. Se exponen las fases que comprende un proyecto de creación de empresas, destacando en cada una de ellas las decisiones más importantes. Así, por ejemplo, es necesario determinar la forma jurídica que va a adoptar la empresa, los recursos (materiales, humanos y financieros) que serán necesarios para su puesta en marcha, su forma organizativa, así como las fuentes de suministro a utilizar por la misma. Además, se plantea cómo abordar el estudio de mercado según el proyecto y la valoración económica-financiera del mismo con el fin de determinar la viabilidad de la oportunidad de negocio propuesta.

Temporalización

A continuación, se expone en la tabla 1 la asignación provisional de las sesiones a cada uno de los temas que conforman el programa. Sin embargo, se ha de tener en cuenta que esta planificación es meramente orientativa, pues ha de estar sujeta a la necesaria flexibilidad en la impartición de la materia, pudiéndose acortar o alargar el marco temporal de los contenidos de un tema fruto de la interacción en el aula. Por otro lado, las sesiones podrán ser impartidas por otros profesores distintos de los previstos en función de las necesidades docentes y de hechos imprevistos.

Tabla 1. Temporalización provisional

Tema	Sesiones*
T1. La economía y la empresa	2
T2. La estrategia y la estructura de la empresa	2
T3. La dirección de la empresa	2
T4. El subsistema de recursos humanos de la empresa	2
T5. El subsistema financiero de la empresa	2
T6. El subsistema de producción de la empresa	2
T7. El subsistema de marketing de la empresa	2
T8. Creación y desarrollo de empresas	2

* Cada sesión tendrá una duración de dos horas

Metodología

Durante las 16 sesiones (cada una con una duración de dos horas) de las que constará la docencia de esta materia en el presente curso, se pretende aplicar una metodología de trabajo que fomente la participación de los estudiantes. Además de la exposición teórica por parte de la profesora, se potenciará la aplicación práctica de los conceptos básicos que conforman este campo de estudio a través de la discusión de casos, ejemplos o de la resolución de problemas, siempre que las restricciones temporales así lo permitan. En este sentido, las impresiones y experiencias que puedan compartir los estudiantes en el aula enriquecerán el desarrollo de las clases. Asimismo, durante el desarrollo de la docencia se puede y se debe plantear las cuestiones que surjan en relación con los conceptos explicados, aportando inclusive opiniones personales sobre los mismos. Con todo ello se intenta facilitar el proceso de aprendizaje de la materia a la vez que mostrar su conexión con la realidad.

Sistema de atención al estudiante durante el curso

Si bien durante las sesiones de clase semanales se realizarán cuantas aclaraciones sean necesarias para la adecuada comprensión de los conceptos impartidos en las mismas, el estudiante podrá dirigirse a la profesora para consultar cualquier tipo de duda o realizar comentarios. Siendo conscientes de las restricciones de horario que puede presentar el perfil de los estudiantes a los que va dirigido el presente curso y al objeto de ofrecerles una atención lo más personalizada posible, se facilitará el contacto con la profesora, a través de correo electrónico, para la resolución de cuestiones puntuales y/o para solicitar la flexibilización en el horario de tutorías establecido. Para ello deberá dirigirse a alicia.bolivar@ulpgc.es.

Criterios de evaluación

Para la evaluación del estudiante se realizará un examen final. Este examen consta de dos partes:

Parte 1 (máximo 8 puntos). 20 preguntas tipo test. Cada pregunta constará de tres alternativas de respuesta y solo una de ellas será correcta. Cada respuesta correcta suma 0,4 puntos y cada respuesta incorrecta resta 0,2 puntos. Las respuestas no contestadas no puntúan.

Parte 2 (máximo 2 puntos). 2 preguntas cortas de desarrollo. Cada pregunta tiene una puntuación máxima de un punto. En la evaluación de estas preguntas se valorará:

- La precisión en la respuesta.
- La utilización de los términos adecuados.
- La corrección en la expresión el orden, la gramática y la ortografía.

La calificación final de la asignatura será el resultado de la suma de la puntuación obtenida en cada una de las partes que componen el examen.

Bibliografía

Bibliografía básica

Bolívar Cruz, A.; Déniz Déniz, M.C.; Fernández Monroy, M.; García Almeida, D.J. y Batista Canino, R.M. (2014). *Economía y dirección de Empresas*. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. (Colección “Manuales de Acceso”).

Bibliografía complementaria

Tema 1

Barroso Castro, C. (Coord.) (2010). *Economía de la empresa*. Madrid: Pirámide.

Bueno Campos, E. (2005). *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Cuarta edición. Madrid: Pirámide.

Cuervo García, A. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Sexta edición. Navarra: Thomson Civitas.

Díez Vial, I.; Martín de Castro, G. y Montoro Sánchez, M.A. (2012). *Fundamentos de administración de empresas*. Cizur Menor (Navarra): Thomson Civitas.

Sánchez Gómez, R. y González Benito, J. (2013). *Administración de empresas. Objetivos y decisiones*. Madrid: McGraw-Hill.

Tema 2

Barroso Castro, C. (Coord.) (2010). *Economía de la empresa*. Madrid: Pirámide.

Bueno Campos, E. (2005). *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Cuarta edición. Madrid: Pirámide.

Cuervo García, A. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Sexta edición. Navarra: Thomson Civitas.

Díez Vial, I.; Martín de Castro, G. y Montoro Sánchez, M.A. (2012). *Fundamentos de administración de empresas*. Cizur Menor (Navarra): Thomson Civitas.

Sánchez Gómez, R. y González Benito, J. (2013). *Administración de empresas. Objetivos y decisiones*. Madrid: McGraw-Hill.

Tema 3

Bueno Campos, E. (2005). *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Cuarta edición. Madrid: Pirámide.

Cuervo García, A. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Sexta edición. Navarra: Thomson Civitas.

Díez Vial, I.; Martín de Castro, G. y Montoro Sánchez, M.A. (2012). *Fundamentos de administración de empresas*. Cizur Menor (Navarra): Thomson Civitas.

Iborra, M.; Dasí, A, M.; Dolz, C. y Ferrer, C. (2006). *Fundamentos de dirección de empresas*. Madrid: Paraninfo.

Tema 4

Cuervo García, A. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Sexta edición. Navarra: Thomson Civitas.

Díez Vial, I.; Martín de Castro, G. y Montoro Sánchez, M.A. (2012). *Fundamentos de Administración de Empresas*. Cizur Menor (Navarra): Thomson Civitas.

Fuentes Fuentes, M. y Cordon Pozo, E. (Coord.) (2012). *Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas*. Madrid: Pirámide.

Iborra, M.; Dasí, A, M.; Dolz, C. y Ferrer, C. (2006). *Fundamentos de dirección de empresas*. Madrid: Paraninfo.

Robbins, S. P. (2009). *Comportamiento organizacional*. Decimotercera edición. México: Pearson Educación.

Tema 5

Bueno Campos, E. (2005). *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Cuarta edición. Madrid: Pirámide.

Cuervo García, A. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Sexta edición. Navarra: Thomson Civitas.

Díez Vial, I.; Martín de Castro, G. y Montoro Sánchez, M.A. (2012). *Fundamentos de administración de empresas*. Cizur Menor (Navarra): Thomson Civitas.

Fuentes Fuentes, M. y Cordon Pozo, E. (Coord.) (2012). *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. Madrid: Pirámide.

Tema 6

Bueno Campos, E. (2005). *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Cuarta edición. Madrid: Pirámide.

Cuervo García, A. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Sexta edición. Navarra: Thomson Civitas.

Chase, R. B. y Jacobs, F. R. (2014). *Administración de operaciones. Producción y cadena de suministros*. Decimotercera edición. México, D.F.: McGraw Hill.

Díez Vial, I.; Martín de Castro, G. y Montoro Sánchez, M.A. (2012). *Fundamentos de administración de empresas*. Cizur Menor (Navarra): Thomson Civitas.

Fuentes Fuentes, M. y Cordon Pozo, E. (Coord.) (2012). *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. Madrid: Pirámide.

Maynar Mariño, P. (Dir.) (2007). *La economía de la empresa en el espacio de educación superior*. Madrid: McGraw Hill.

Render, B. y Heizer, J. (2008). *Dirección de la producción. Decisiones estratégicas*. Octava edición. Madrid: Pearson Educación.

Tema 7

Bueno Campos, E. (2008). *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Cuarta edición. Madrid: Pirámide.

Cuervo García, A. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Sexta edición. Navarra: Thomson Civitas.

Díez Vial, I.; Martín de Castro, G. y Montoro Sánchez, M.A. (2012). *Fundamentos de administración de empresas*. Cizur Menor (Navarra): Thomson Civitas.

Fuentes Fuentes, M. y Cordon Pozo, E. (Coord.) (2012). *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. Madrid: Pirámide.

Santesmases, M. (2012). *Marketing. Concepto y estrategia*. Sexta edición. Madrid: Pirámide.

Tema 8

Borello, A. (2000). *El plan de negocios*. Santafé de Bogotá: McGraw Hill.

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2014). *Procesos de constitución y trámites a seguir para la puesta en marcha de una empresa*. Disponible en: www.ipyme.org de actualización permanente.

Confederación Española de Organizaciones empresariales, Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (1986). *Cómo crear una empresa*. Madrid: CEOE/CEPYME.

Drucker, P. F. (1985). "The discipline of innovation". *Harvard Business Review*. Vol. 63, nº 3, pp. 67-72.

Fanjul Suárez, J. L.; Robleda Cabezas, H.; Fernández Cuesta, C. y Ruíz Vega, A. (1996). *La decisión de crear una empresa*. Barcelona: Edaem.

Gil Estallo, M. A. (2010). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Conceptos e instrumentos*. Madrid: Esic.

Hisrich, R. D. y Peters, M. P. (2011). *Entrepreneurship*. Nueva York: Irwin.

Gómez Gras, J. M.; Fuentes Fuentes, M. M.; Batista Canino, R.M. y Hernández Mogollón, R. (Coord.) (2011). *Manual de casos sobre creación de empresas en España*. Madrid: McGraw Hill.

Ollé, M.; Planellas, M.; Molina, J.; Torres, D.; Alfonso, J.; Husenman, S.; Sepúlveda, P. y Mur, I. (1997). *El plan de empresa*. Barcelona: Marcombo.