

| | | | |
|--|---|----------------|----------------|
| TITULACIÓN: | MASTER UNIVERSITARIO en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (Master Up) | | |
| MÓDULO: | MÓDULO ESPECÍFICO: Módulo de Introducción | | |
| CURSO: | Introducción a la economía de la empresa | CÓDIGO: | 1567002 |
| COORDINADOR | Jesús Barrena Martínez | | |
| OBJETIVOS | <p>El objetivo de este módulo es que el alumno adquiera unos conocimientos básicos de la empresa que incluyan el concepto de empresa, su marco institucional así como los aspectos más relevantes relativos a su organización y gestión, tratando de ver el papel que juega en este entorno tanto la innovación como el emprendimiento. Todo ello debe ir encaminado a que el alumno desarrolle las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores.</p> <p>Mediante el desarrollo de diferentes actividades online, el alumno se introducirá en los conceptos básicos de la empresa, obteniendo una visión global de la misma, lo que le permitirá obtener una base sólida para poder abordar con garantías el análisis de un proyecto de empresa.</p> | | |
| CONTENIDO | <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de Empresa: el empresario y la innovación. • El subsistema Dirección y Gestión. • El subsistema de Producción. • El subsistema Comercial. • El subsistema Financiero. | | |
| RESULTADOS ESPERADOS DE APRENDIZAJE | <p>Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el concepto de empresa, el papel del empresario y su relación con la innovación. • Entender las características más importantes de la empresa como sistema y su relación con el entorno. • Distinguir los aspectos diferenciales de cada uno de los subsistemas empresariales: administración, producción, comercial y financiero. • Apreciar el valor de las distintas técnicas de la gestión y administración. | | |

CONTENIDOS

- Fundamentos de Empresa: el empresario y la innovación.
- El subsistema Dirección y Gestión.
- El subsistema de Producción.
- El subsistema Comercial.
- El subsistema Financiero.

**RELACIÓN DE
ACTIVIDADES
DE
APRENDIZAJE**

**OCTUBRE
SEMANA 1**

**Martes
08/10**

**Miércoles
09/10**

**Jueves
10/10**

**Viernes
11/10**

REALIZACIÓN DE LAS DIFERENTES
ACTIVIDADES
PROGRAMADAS PARA LOS TEMAS 1 y 2

PLAZO MÁXIMO DE REALIZACIÓN 6 DE NOVIEMBRE

SEMANA 2

**Lunes
14/10**

**Martes
15/10**

**Miércoles
16/10**

**Jueves
17/10**

**Viernes
18/10**

REALIZACIÓN DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES
PROGRAMADAS PARA LOS TEMAS 3 y 4

PLAZO MÁXIMO DE REALIZACIÓN 6 DE NOVIEMBRE

| | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|------------------------|--|--|-------------------------|
| | OCTUBRE | | | | |
| | SEMANA 3 | | | | |
| | Lunes 21/10 | Martes 22/10 | Miércoles 23/10 | Jueves 24/10 | Viernes 25/10 |
| | REALIZACIÓN DE LOS TEMAS 5 Y 6 | | | PLAZO MÁXIMO DE REALIZACIÓN 6 DE NOVIEMBRE | |
| | SEMANA 4 | | | | |
| | Lunes 28/10 | Martes 29/10 | Miércoles 30/10 | Jueves 31/10 | |
| | REALIZACIÓN DEL TRABAJO FINAL | | | PLAZO MÁXIMO DE REALIZACIÓN 6 DE NOVIEMBRE | |
| | SEMANA 5 NOVIEMBRE | | | | |
| | Lunes 04/11 | Martes 05/11 | | Miércoles 06/11 | |
| REALIZACIÓN DEL TRABAJO FINAL | | | PLAZO MÁXIMO DE REALIZACIÓN 6 DE NOVIEMBRE | | |

COMPETENCIAS

- **CB7** - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- **CB10** - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- **CG13** - Capacidad de síntesis de manera que la misma se convierta en una herramienta a aplicar en cualquier proceso en el ámbito emprendedor e innovador.
- **CE8** - Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto interno de las organizaciones.
- **CE9** - Capacidad de definir las herramientas de planificación estratégica más adecuadas a cada contexto.

METODOLOGÍA DOCENTE

- **Acceso a Campus Virtual:** La característica fundamental de esta metodología es su flexibilidad de horario, pues el alumno puede organizar sus horas de estudio según sus necesidades o su tiempo disponible. A través del Accesos a Campus Virtual de la Universidad de Cádiz, se facilitará al alumno el material didáctico así como a herramientas para contactar con los compañeros del curso y con los profesores que imparten el módulo con objeto de organizar el estudio, consultar dudas e intercambiar información.
- **Trabajo cooperativo y en equipo:** Dentro de estas actividades se propone la resolución de mini-casos en grupo, el análisis de noticias relacionadas con el desarrollo o el éxito de estrategias empresariales y en la resolución de problemas simulados.

| | |
|-------------------------------|--|
| MÉTODO DE EVALUACIÓN | <p>Actividades prácticas on-line: Periódicamente los profesores encargados del módulo irán subiendo al Campus Virtual los contenidos teóricos y las actividades prácticas on-line a realizar por los alumnos. Éstas últimas tendrán un plazo de entrega fijado por los profesores. Una vez expirado el plazo de entrega, los profesores procederán a corregir las actividades y a explicar las cuestiones relevantes que ellos consideren oportunas. El control de estas actividades puede ser realizado en su totalidad a través de las herramientas de la plataforma Moodle, en la que el alumno está registrado con todos sus datos personales, y en la que queda registrada cuantas entradas realiza el alumno, hora de entrada y de salida, tareas y actividades realizadas, consultas al profesor, pruebas de conocimiento llevados a cabo por cada alumno, tiempo dedicado a la misma, etc.</p> |
| ACTIVIDADES FORMATIVAS | <ul style="list-style-type: none"> • Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas (10%). Ponderación Mínima: 10.0 - Ponderación Máxima: 30.0 • Resolución de las actividades on-line (60%). Ponderación Mínima: 40.0 - Ponderación Máxima: 80.0 • Examen escrito de conocimientos (30%). Ponderación Mínima: 10.0 - Ponderación Máxima: 30.0 <ul style="list-style-type: none"> • Material Docente Volcado en Plataforma Virtual: Se proporcionarán diversas lecturas relacionadas con los tópicos (citados en los contenidos), y otras referencias bibliográficas a través de la plataforma virtual Moodle, cuyos contenidos permitirán al coordinador y profesores de la materia cumplir con los resultados de aprendizaje (0 h.) (PRESENCIALIDAD: 0%) • Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio, la solución de casos y el desarrollo de su proyecto. (100 h.) (PRESENCIALIDAD: 0%) |
| NOTAS DE INTERÉS | <p>A lo largo del curso y durante el desarrollo del mismo, los alumnos están obligados a consultar, a través del Campus Virtual, la página web habilitada para dicho curso habilitada, ya que será a través de ella donde se abrirán diferentes foros de comunicación, tanto entre los alumnos como con el profesor, además de ser el lugar en el que se volcará la documentación necesaria para seguir las clases, así como será la vía de notificación de cualquier novedad ó aviso urgente relacionado con la asignatura.</p> |
| BIBLIOGRAFÍA BÁSICA | <ul style="list-style-type: none"> • AVALOS, M. B. B., GALARZA, G. N. T., SALINAS, A. J. V., & ESPINOZA, X. P. G. (2024). Economía circular y sostenibilidad empresarial: un enfoque integrado en la administración de empresas. Revista Científica Multidisciplinaria InvestiGo, 5(10), 236-252. • CUERVO, A. (director) (2001): Introducción a la Administración de Empresas. Civitas. Madrid. • GARCÍA RODRÍGUEZ, M.; FERNÁNDEZ ALLES, M.L.; MAEZTU HERRERA, I.; MARTÍN PRIUS, A. (2018): Factoría de Economía de la empresa. Problemas resueltos. Pirámide, Madrid. • GUTIÉRREZ ARAGÓN, O. (2013): Fundamentos de administración de empresas. Pirámide, Madrid. • PIERCE, S. (2016). 5 Ingredientes del Espíritu emprendedor. Revista Entrepreneur. • PORTER, M. Y KRAMER, M. (2006), "Strategy and Society: the link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility" Harvard Business Review, Diciembre, 2006, pp. 78-92. • PORTER, M. E., & KRAMER, M. R. (2011). The big idea: Creating shared value, rethinking capitalism. Harvard Business Review, 89(1/2), 62-77. |