

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	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. 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.		
CONTENIDO	• 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	Al finalizar el curso el estudiante será capaz de: • 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

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 1 y 2 Trabajo autónomo alumno 16:00 tutoría con estudiantado (on line)	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 1 y 2 Trabajo autónomo alumno	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 1 y 2 Trabajo autónomo alumno	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 1 y 2 Trabajo autónomo alumno	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 1 y 2 Trabajo autónomo alumno		
12	13	14	15	16	17	18
DÍA DE LA HISPANIDAD	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 3 y 4 Trabajo autónomo alumno	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 3 y 4 Trabajo autónomo alumno	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 3 y 4 Trabajo autónomo alumno	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 3 y 4 Trabajo autónomo alumno		

19	20	21	22	23	24	25
(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 5, 6 16:00 tutoría con estudiantado (on line) Trabajo autónomo	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 5, 6, Trabajo autónomo	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 5, 6, Trabajo autónomo	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 5, 6, Trabajo autónomo	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Actividades 5, 6 Trabajo autónomo alumno		
26	27	28	29	30	1	2
(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Trabajo final ODS Trabajo autónomo	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Trabajo final ODS Trabajo autónomo	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Trabajo final ODS Trabajo autónomo	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Trabajo final ODS Trabajo autónomo	(M2) FUNDAMENTOS DE EMPRESA: Trabajo final ODS Trabajo autónomo		

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.

	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.
MÉTODO DE EVALUACIÓN	- 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
ACTIVIDADES FORMATIVAS	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	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.
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA	- 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 Entepreneur. - 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.

