1. ASIGNATURA / COURSE TITLE

GESTIÓN EN LA EMPRESA / GENERAL MANAGEMENT

1.1. Código / Course number

16383

1.2. Materia/ Content area

GESTIÓN EN LA EMPRESA / GENERAL MANAGEMENT

1.3. Tipo /Course type

Optativa/ Elective

1.4. Nivel / Course level

Grado/ Grade

1.5. Curso / Year

4º / 4th

1.6. Semestre / Semester

1º

1.7. Idioma / Language

Español. Se emplea también Inglés en material docente / In addition to Spanish, English is also used in teaching material.

1.8. Requisitos previos / Prerequisites

Conocimiento de ofimática a nivel de usuario.
Acceso y manejo de Internet.

1.9. Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales/ Minimum attendance requirement

La asistencia es obligatoria al menos en un 80 %

1.10. Datos del equipo docente / Faculty data

El equipo docente está integrado por profesores del siguiente departamento: / The faculty is composed of professors from the following department:

Departamento de Organización de Empresas
Coordinador: Begoña Santos Urda
Módulo E-8-302
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
C/ Francisco Tomás y Valiente, 5
Universidad Autónoma de Madrid
28049 Madrid
Secretaría: Despacho E-8-311
Tel.: (+34) 91 497 4398
Fax: (+34) 91 497 2994
Web:
http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1234888139979/subhomeDepartamento/Organizacion_de_Empresas.htm

Enlace al profesorado del Grado en Química de la web:
http://www.uam.es/ss/Satellite/Ciencias/es/1242671472425/listadoCombo/Profesorado.htm

1.11. Objetivos del curso / Course objectives

Se pretende que el alumno conozca los aspectos básicos de la gestión de la empresa y en particular los referentes a la empresa química, abordando el análisis de la estructura, organización y conducta de la empresa, mediante el estudio de sus principales áreas funcionales y su orientación al mercado desde una visión competitiva estratégica. Prestando especial atención a la industria química.
El objetivo de la asignatura es conseguir, a través de la metodología docente empleada y las actividades formativas desarrolladas a lo largo del curso, que el estudiante, al finalizar el mismo sea capaz de:

- Presentar los conceptos básicos sobre el significado de la empresa en la economía de mercado.

- Organizar al equipo de trabajo, estudiar su función directiva para contribuir a la definición y alcance de los objetivos empresariales.
- Explicar las relaciones de la empresa con su entorno en todas sus dimensiones, económicas, políticas, sociales, tecnológicas, legales medioambientales. De cuyo diagnóstico ser capaces de proponer mejoras en la producción y la competitividad de la empresa.
- Definición de los objetivos empresariales, introduciendo criterios de equidad, desarrollo sostenible y respecto al medio ambiente y definición de las estrategias encaminadas a la transformación de la industria química.
- Estudiar los principales aspectos teórico-prácticos de las principales áreas funcionales de la empresa. Particularizando el análisis a las principales actividades llevadas a cabo en un industria química.
- Analizar desde el punto de vista económico financiero las inversiones derivadas de las estrategias definidas y determinar las fuentes financieras más adecuadas.
- Comunicar y transmitir a un público tanto especializado como no especializado, así como defender los resultados de la actividad de la empresa demostrando un correcto manejo del idioma.

Estos resultados de aprendizaje contribuyen a adquirir las siguientes competencias del título:

- 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
- CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CG3 Aplicar criterios de conservación del medioambiente y desarrollo sostenible

Transversales

- CT1 Poseer capacidad para analizar información y sintetizar conceptos.
- CT2 Ser capaz de adaptarse a nuevas situaciones y tomar decisiones
- CT5 Ser capaz de comunicar (oralmente y por escrito) y defender en público su trabajo, mostrando un manejo correcto del castellano y/o inglés.
- CT6 Ser capaz de desarrollar su actividad profesional desde el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades, en el marco de la deontología profesional y compromiso ético

Específicas

- CE16 Reconocer y analizar nuevos problemas, planteando estrategias para solucionarlos: evaluación, interpretación y síntesis de datos.
- CE26 Reconocer las características e importancia de la Industria Química así como los procesos utilizados para la producción industrial de los principales productos químicos

1.12. Contenidos del programa / Course contents

PARTE PRIMERA: LA EMPRESA Y SU ENTORNO

TEMA 1: LA EMPRESA COMO REALIDAD SOCIOECONÓMICA. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA QUÍMICA.

Contenidos:
1.1. Concepto de empresa y su evolución.
1.2. La complejidad de la empresa actual.
1.3. Criterios de clasificación de las empresas.
1.4. Características de la empresa química.

En este tema se analiza a la empresa desde una visión multidisciplinar, su evolución y perfil actual destacando sus características técnicas, la extensión de su campo de actividad, su estructura organizativa, sus estrategias y sus fuentes de poder. Además, esta primera aproximación que se realiza al concepto de empresa se enriquece con los postulados y principios de la teoría general de sistemas que se aplican a la realidad empresarial.

TEMA 2: LA ESTRUCTURA DE PROPIEDAD Y CONTROL. LA DIRECCIÓN Y EL GOBIERNO DE LA EMPRESA

Contenidos
2.1. Evolución de la figura del empresario.
2.2. Las relaciones de propiedad y control en la empresa
2.3. El análisis de la función directiva y el gobierno de la empresa.

En este tema se realiza un estudio de la evolución de la figura del empresario acorde al de la empresa y al sistema económico. Esto permitirá comprender y contextualizar las causas que dieron lugar a la ruptura entre la propiedad y el control de la empresa. Por último se analizará los aspectos principales de la función directiva y abordaremos el gobierno de la empresa aspecto relevante sobre todo en las grandes empresas.

TEMA 3: EL MERCADO Y EL ENTORNO. EL CONTEXTO DE LA EMPRESA QUÍMICA Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Contenidos:

3.1. La orientación de la empresa al mercado: Concepto y clases.
3.2. La competencia: Estructuras de mercado.
3.3. El entorno general de la empresa.
3.4. El entorno específico o sector de actividad de la empresa.
3.5. La responsabilidad social de la empresa ante el entorno.

En este tema, primero, se estudian los conceptos de mercado y la competencia, analizando en profundidad los diferentes tipos de mercado según determinadas variables. En segundo lugar, se aborda el análisis del escenario en el que compite la empresa introduciendo los conceptos de entorno genérico y el modelo de las fuerzas competitivas como herramienta para el análisis sectorial o entorno específico. Y por último abordaremos la responsabilidad que hoy día la empresa tiene con el entorno. Todos estos aspectos se focalizarán hacia la industria química.

TEMA 4: EL PROCESO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Contenidos

4.1. El concepto de estrategia y sus componentes.
4.2. El proceso de la dirección estratégica.
4.2. Análisis y Diagnóstico Estratégico.
4.4. Los objetivos empresariales, la planificación y el control
4.5. Tipos de estrategias.

En este tema se estudia los aspectos principales del proceso de dirección estratégica, para ello primero se revisará que se entiende por estrategia y sus componentes para proceder a describir el proceso que sigue la dirección para definir y ejecutar las estrategias a llevar a cabo. Para ello es necesario diagnosticar las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta la empresa a través del diagnóstico del entorno y el diagnóstico de las fortalezas y debilidades de la empresa. Este diagnóstico se contrasta con los objetivos de la empresa que le permitirán definir su posicionamiento y finalmente decidir la estrategia. Todos estos aspectos se focalizarán hacia la industria química.

PARTE SEGUNDA: ANÁLISIS FUNCIONAL DE LA EMPRESA

TEMA 5: LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Contenido

5.1. La estructura organizativa.
5.2. El capital humano en las organizaciones
5.3. Teorías sobre comportamiento humano, motivación y liderazgo.
5.3. Estilos de dirección
5.5. Funciones de la dirección y política de personal

Este tema comienza abordando los aspectos más relevantes de la estructura organizativa, puesto que de ella dependerá alcanzar una organización eficaz y eficiente. Posteriormente centraremos la atención en la dirección de personas, función sumamente compleja, base del éxito en las organizaciones y que nos centra en el estudio del capital humano y en los estilos de dirección. Para finalizar, se realiza una breve exposición de las principales funciones que desarrolla la dirección de recursos humanos en cualquier organización.

TEMA 6: ANÁLISIS DE INVERSIONES. SELECCIÓN Y VALORACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Contenidos:
6.1 Inversión: concepto y clases.
6.2 Ciclo de explotación: cálculo del Fondo de Maniobra.
6.3 Ciclo de capital: cálculo de los flujos netos de caja o *cash flow*.
6.4 Criterios básicos de selección de inversiones:

En este tema se pretende enseñar al alumno la importancia que tiene para la empresa la selección y valoración de proyectos de inversión. Comenzaremos destacando el aspecto cíclico de la inversión en la empresa, distinguiendo entre ciclo de capital y de explotación. Sobre este último analizaremos la forma de calcular las inversiones y financiaciones del ciclo de explotación. En las inversiones a largo plazo, el punto de partida imprescindible es el cálculo de los flujos netos de caja, lo que nos permitirá evaluar los proyectos de inversión utilizando para ello los distintos criterios de selección (*pay back*, VAN, TIR).

TEMA 7: FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA. PRINCIPALES FUENTES FINANCIERAS

Contenidos:
7.1. Concepto y estructura del sistema de financiación.
7.2. Fuentes de financiación de la empresa.
7.3. La financiación externa a corto, medio y largo plazo.
7.4. La financiación interna de la empresa: autofinanciación.

7.5. Cálculo del coste medio ponderado de capital.

En este tema analizamos las distintas fuentes de financiación que utiliza la empresa para hacer frente a las necesidades de inversión asociadas a su actividad económica. Evaluaremos las diferencias de coste que puede tener cada una de ellas para la empresa y finalizamos con el cálculo del coste medio ponderado de capital como la suma del coste de cada una de las fuentes utilizadas multiplicadas, respectivamente, por la proporción que represente cada una de ellas sobre la financiación total de la empresa.

TEMA 8: LA FUNCIÓN DE OPERACIONES Y SUS PRINCIPALES DECISIONES

Contenidos:
8.1. La función de operaciones.
8.2. Principales Decisiones del área de Operaciones
8.3. La formación del coste en la empresa
8.4. La Gestión de la calidad.
8.5. Planificación, programación y control de operaciones.

En este tema se estudian los conceptos básicos del área de operaciones, tanto desde el punto de vista de la producción de un bien como de un servicio. Se identifican los principales objetivos y las decisiones, que tanto desde el punto de vista estratégico como desde el táctico, han de tomarse en esta área. Se prestará especial atención a la gestión de la calidad y la formación del coste y su análisis. Por último se abordarán algunas nociones de la planificación programación y control de operaciones y como la tecnología esta permitiendo desarrollar estas funciones con eficiencia y flexibilidad.

TEMA 9: LA FUNCIÓN DE MARKETING Y SUS PRINCIPALES DECISIONES.

Contenidos:
9.1. La dirección de marketing en la empresa.
9.2. La investigación de mercados.
9.3. La segmentación de mercados.
9.4. Las decisiones de marketing: producto, precio, comunicación y distribución

En este tema se aborda una breve introducción a la evolución y desarrollo del marketing en la empresa. Posteriormente, se realiza una aproximación al proceso de investigación de mercados, como base para la comprensión del comportamiento y segmentación de aquéllos. Por último, se analizan, de forma muy resumida, las principales variables de marketing: producto, precio, comunicación y distribución.

1.13. Referencias de consulta / Course bibliography

Bibliografía Básica

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. Thomson, Madrid.
- FUENTES, M.; CORDÓN, E.(Coords) (2014): *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. Pirámide. Madrid.
- BUENO, Y.; CASANI, F.; SANDOVAL, A.; SANTOS, B.; SORIA, P.(2016): *Fundamentos de Administración de Empresas. Ejercicios Prácticos*. Ediciones UAM. Madrid.

Bibliografía Complementaria

- AGUIRRE, A.A.; CASTILLO, A.M.; TOUS, D. (2009): *Administración de organizaciones en el entorno actual*. Pirámide, Madrid.
- BUENO, E. (2006): Curso básico de Economía de la empresa: Un enfoque de organización. Pirámide, Madrid, 4ª edición.
- CHASE, R.B.; AQUILANO, NJ.; JACOBS, F.R. (2000): Administración de Producción y Operaciones. McGraw-Hill, 8ª edición.
- DOMINGUEZ MACHUCA, J.A.; GARCIA GONZALEZ, S.; DOMINGUEZ MACHUCA, M.A.; RUIZ JIMENEZ, A.; ALVAREZ GIL, M.J. (1995): Dirección de Operaciones. Aspectos tácticos y operativos en la producción y los servicios. McGraw-Hill, Madrid.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. (2008): Fundamentos de Marketing. Pearson, Prentice Hall, México, 8ª edición.
- LUQUE, M.A.; BUENO, Y.; SANTOS, B. (2001): Curso práctico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización. Pirámide, Madrid.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E. (1991): Economía de la Empresa Aplicada, Pirámide, Madrid.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E. (2008): Prácticas de Administración de Empresas. Pirámide, Madrid.
- SANTESMASES, M.; MERINO, M.J. (2009): *Fundamentos de Marketing*, Pirámide, S.A. Anaya, Madrid.
- SUÁREZ SUÁREZ, A. (2005): Decisiones óptimas de inversión y financiación en la Empresa, Pirámide, Madrid, 20ª edición.

2. Métodos Docentes / Teaching methodology

Las metodologías docentes y las actividades formativas desarrolladas a lo largo del curso, pretenden lograr que el alumno alcance los resultados de aprendizaje antes indicados, relacionados principalmente con las competencias CE16 y CE26. Dado el carácter interdisciplinar de esta asignatura en el contexto del Grado en Química, sus actividades formativas contribuyen de forma relevante a la adquisición de las competencias transversales CT1, CT2, CT5 y CT6 enmarcadas en el conjunto de la Titulación.

Actividades formativas Presenciales:

Clases teóricas participativas:
El objetivo de estas clases es que el alumno conozca los conceptos teóricos que conforman los temas estudiados. Las mismas se harán de una forma dinámica, con una exposición inicial del profesor y una participación del alumno mediante comentario de puntos teóricos y noticias de prensa.
Los estudiantes prepararán previamente las clases con la bibliografía básica recomendada. Se fomentará en los estudiantes la reflexión sobre la ética en el ámbito de la práctica empresarial y el desarrollo sostenible (Competencia CG3)

Clases prácticas en Aula:

Su objetivo principal es la aplicación de los conceptos teóricos a aspectos prácticos de la realidad empresarial. Para ello, el estudiante participará en la resolución de distintos ejercicios con diferentes niveles de información.

Se pretende que los alumnos desarrollen en el contexto de la asignatura las competencias relacionadas con la aplicación de los contenidos teóricos a casos concretos, el razonamiento crítico y la capacidad de argumentación (CB2, CB4 y CT1)

Tutorías individuales y/o en grupos reducidos

Las tutorías se conciben como un elemento clave de la formación de esta materia, especialmente en los aspectos relacionados con el seguimiento de las actividades dirigidas. Por ello, además de la posibilidad que tienen los estudiantes de acudir a las tutorías en los horarios establecidos al efecto, deberán acudir, obligatoriamente, a estas tutorías planificadas de seguimiento de los trabajos que deberán desarrollar los participantes.

3. Tiempo de trabajo del estudiante / Student workload

	Nº horas	%
Actividades presenciales:	**50**	**33%**
Clases teóricas participativas:	**21 h**	
Clases prácticas en aula:	**21 h**	
Pruebas de Conocimiento y actividades complementarias	**4 h**	
Tutorías programadas en el cuatrimestre.	**2h**	
Realización de examen final:	**2h**	
Actividades no presenciales (trabajo autónomo del estudiante)	**100**	**67%**
Preparación de actividades prácticas (ejercicios, trabajos individuales y/o en grupo, etc.)	**45**	
Estudio semanal y preparación de exámenes	**55**	
Carga total de horas de trabajo: 25 horas x 6 créditos ECTS	**150**	**100%**

4. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / Evaluation procedures and weight of components in the final grade

Los resultados de aprendizaje serán evaluados a lo largo del curso mediante diferentes métodos de evaluación, cuya contribución a la calificación final se articula de la forma siguiente:

BLOQUE A:
Realización de un examen teórico-práctico que generará el 40 % de la calificación final. Es requisito obligatorio tener aprobado el examen para considerar la calificación de la evaluación continua en la calificación final de la asignatura

BLOQUE B:
El 60% recogerá la evaluación continua del alumno. **Se exige como requisito obligatorio una asistencia mínima al 80 por ciento de las sesiones.**

Se evaluarán las siguientes actividades:

B1) Actividades individuales: Puede comprender la participación en clase, resolución de ejercicios teóricos y/o prácticos, pruebas de conocimiento y de desarrollo de competencias.
B2) Actividades en grupo: Puede comprender exposiciones, trabajos, resolución de ejercicios teórico prácticos y de desarrollo de competencias.

TIPO DE ACTIVIDADES A EVALUAR			%	%
			Ordinaria	Extraord.
A. Examen final			40	40
B. Evaluación continua	B1 Individual	Participación en clase, resolución de ejercicios teóricos y prácticos, pruebas conocimiento y de desarrollo de competencias.	30	30
	B2 Grupo	Exposiciones, trabajos, resolución de ejercicios teórico prácticos y de desarrollo de competencias.	30	30
TOTAL			100%	

Requisitos que se puedan aplicar los porcentajes arriba indicados y superar la asignatura:

1. Para aprobar el examen final hay que obtener un mínimo de 5 puntos sobre 10. Este examen tendrá una parte teórica (50%) y una parte práctica (50%). Se requiere aprobar ambas partes para aprobar.

2. De no aprobar el examen, no se considerarán las calificaciones obtenidas en la evaluación continua.

3. La calificación final de la asignatura resultará de sumar las obtenidas en el examen y en la evaluación continua según los porcentajes descritos en la tabla.

4. Si el estudiante consigue el 20% de la evaluación continua, será evaluado con una calificación numérica en la evaluación final, aunque no se presente al examen final. En caso de no alcanzar ese 20% ni presentarse a examen final, se le asignará un “No evaluado”.

En la convocatoria extraordinaria, sólo será recuperable el examen final, manteniéndose para esta convocatoria las calificaciones de la evaluación continua obtenidas a lo largo del curso.

5. Cronograma* / Course calendar

*Este cronograma tiene carácter orientativo.

SEMANAS		CONTENIDOS	PRESENCIAL	NO PRESENCIAL
semana	**1**	Tema 1	3	6
semana	**1-2**	Tema 2	3	6
semana	**2-3**	Tema 3	3	6
semana	**3-4**	Tema 4	3	6
semana	**4**	Tema 4	3	6
semana	**5**	Tema 5	3	6
semana	**5-6**	Tema 5	3	6
semana	**6**	Tema 6	3	6
semana	**6-7**	Tema 6	3	6
semana	**8**	Tema 7	3	6
semana	**8-9**	Tema 7	3	6
semana	**10**	Tema 8	3	6
semana	**11-12**	Tema 8	3	6
semana	**12**	Tema 9	3	6
Semana evaluación	15	Examen	2	16
Actividades Complementarias(*)		Tutorías y pruebas de conocimiento	6	
TOTAL			**50**	**100**

(*) La programación temporal de estos contenidos será determinada por el profesor. Todos los alumnos serán informados de la fecha de las actividades o pruebas.