



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

1. ASIGNATURA / COURSE TITLE

Economía de la Empresa / Business Economy

1.1. Código / Course number

18297

1.2. Materia/ Content area

EMPRESA/Business

1.3. Tipo /Course type

Formación básica/ Compulsory

1.4. Nivel / Course level

Grado/ Degree

1.5. Curso / Year

2º

1.6. Semestre / Semester

1º

1.7. Número de créditos / Credit allotment

6 Créditos ECTS/ 6 credits

1.8. Requisitos previos / Prerequisites

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



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

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

Asistencia obligatoria (mínimo 80%)

1.10. Datos del equipo docente / **Faculty data**

Robert Carsi. Profesor Asociado.
Departamento Organización de Empresas
roberto.carsi@uam.es
E-VIII 313

Marisol Celemín Pedroche. Ayudante. Departamento de Organización de Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Módulo E-8. Despacho 303. marisol.celemin@uam.es

1.11. Objetivos del curso / **Course objectives**

Se pretende que el alumno conozca los conceptos básicos relativos a la economía de la empresa y el papel que las organizaciones empresariales desempeñan en su entorno. Desde esta perspectiva, se aborda 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.

Objetivos

- Presentar los conceptos básicos sobre el significado de la empresa en la economía de mercado, su estructura y su función directiva.
- Analizar la organización de la actividad económica de la empresa.
- Explicar las relaciones de la empresa con su entorno.
- Estudiar los principales aspectos teórico-prácticos de las principales áreas funcionales de la empresa.

Competencias específicas



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

- CE05 Dominar y aplicar los conocimientos básicos sobre las diferentes áreas de administración y dirección de empresas, así como sobre las principales relaciones que se establecen entre la empresa y su entorno.
- CE06 Saber y comprender la evolución de los distintos modelos de estructura organizativa y criterios de clasificación empresarial, y ser capaz de determinar la estructura organizativa adecuada que permita resolver problemas organizativos.
- CE07 Poseer, comprender y ser capaz de deducir las relaciones del equipo humano que integra una organización, complementado con un conocimiento sociológico organizativo.

Competencias genéricas o transversales

- CG01 Poseer las habilidades necesarias para una correcta comunicación oral y escrita de los conocimientos adquiridos.
- CG03 Capacidad teórica de análisis y síntesis.
- CG03 Capacidad de análisis y síntesis.
- CG04 Capacidad para organizar y planificar.
- CG05 Apreciación de la diversidad y multiculturalidad.
- CG06 Habilidades de gestión de la información.
- CG07 Capacidad para reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios.
- CG11 Capacidad crítica y de autocrítica y de trabajo en equipo.

1.12. Contenidos del programa / [Course contents](#)

Parte primera: La empresa y su entorno

1. La empresa como realidad socioeconómica
2. El empresario y la estructura de propiedad y control
3. El mercado y el entorno
4. Competitividad y estrategia de la empresa

Parte segunda: Análisis funcional de la empresa

5. Recursos humanos y estructura organizativa
6. Análisis de inversiones
7. Financiación de la empresa
8. Operaciones y gestión de inventarios
9. La función de marketing



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

PROGRAMA DETALLADO

PARTE PRIMERA: LA EMPRESA Y SU ENTORNO

TEMA 1: LA EMPRESA COMO REALIDAD SOCIOECONÓMICA

Contenidos:

- 1.1. Introducción: concepto de empresa
- 1.2. Evolución de la empresa capitalista
- 1.3. La empresa como sistema
- 1.4. La empresa actual: un sistema complejo

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.

Objetivos:

- Suscitar la lectura de obras clásicas en torno a la historia de la empresa.
- Empezar a trabajar en equipo a través de la realización de un caso en grupo.

Bibliografía Básica:

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. Thomson, Madrid. Capítulo 1.

Bibliografía Complementaria:

- BUENO, E. (2006): *Curso básico de Economía de la empresa: Un enfoque de organización*. Pirámide, Madrid, 4ª edición. Capítulo 1 y 2.

Programación temporal:

- Nº Clases teóricas (1,5 horas): 1
- Nº Clases prácticas (1,5 horas): 1

TEMA 2: EL EMPRESARIO Y LA ESTRUCTURA DE PROPIEDAD Y CONTROL

Contenidos

- 2.1. Evolución de la teoría del empresario



- 2.2. Enfoques principales sobre el empresario en la economía actual.
- 2.3. El análisis de la función directiva
- 2.4. Las relaciones de propiedad y control en la empresa

En este tema se realiza un estudio analítico del desarrollo de las aportaciones teóricas del empresario hasta la actualidad. Se hace especial hincapié en la comprensión del papel e importancia del empresario en la economía, lo cual, implica hacer un breve repaso del desarrollo económico capitalista y el entendimiento de los Consejos de Administración y de la función directiva.

Objetivos:

- Entender que el concepto de empresario ha tenido una evolución acorde con la evolución de la empresa y del sistema económico.
- Conocer las principales aportaciones teóricas sobre la figura del empresario
- Comprender y contextualizar las causas que dieron lugar a la ruptura entre la propiedad y el control en empresas de una cierta dimensión

Bibliografía Básica:

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. Thomson, Madrid. Capítulo 2.

Bibliografía Complementaria:

- BUENO, E. (2006): *Curso básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Pirámide, Madrid, 4ª edición. Capítulo 3.

Programación temporal:

- Nº de clases teóricas (1,5):1
- Nº de clases prácticas (1,5):1

TEMA 3: EL MERCADO Y EL ENTORNO

Contenidos:

- 4.1. La orientación de la empresa al mercado: Concepto y clases.
- 4.2. La competencia: Estructuras de mercado.
- 4.3. El entorno general de la empresa.
- 4.4. El entorno específico de la empresa: Las fuerzas competitivas.



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 segunda lugar, se aborda el análisis del escenario en el que compite la empresa introduciendo los conceptos de entorno genérico y específico. Por último, se presenta el modelo de las fuerzas competitivas como herramienta para el análisis sectorial o entorno específico.

Objetivos:

- Entender los conceptos de mercado, competencia y entorno de la empresa.
- Saber distinguir las diferentes clases de mercado y formas de competencia.
- Comprender y saber analizar el entorno genérico y específico de la empresa.
- Comprender y saber aplicar el modelo de las fuerzas competitivas.

Bibliografía Básica:

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. Thomson, Madrid. Capítulo 5.

Bibliografía Complementaria:

- BUENO, E. (2006): *Curso básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Pirámide, Madrid, 4ª edición. Capítulos 5, 6 y 7.
- LUQUE, M.A.; Bueno, Y. Santos, B. (2001): *Curso práctico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Pirámide, Madrid.

Programación temporal:

- Nº de clases teóricas (1,5): 1
- Nº de clases prácticas (1,5): 1

TEMA 4: COMPETITIVIDAD Y ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

Contenidos

- 4.1. Concepto de competitividad.
- 4.2. Dimensiones de la competitividad.
- 4.3. Medida de la competitividad de la empresa.
- 4.4. Ventajas competitivas.



En este tema se estudia, en primer lugar, el concepto de competitividad en función de las dimensiones externas e internas y de los factores tangibles e intangibles que intervienen e influyen en la generación de la misma. Por otra parte, se analiza cómo la eficiencia de la empresa se basa en la explotación de sus ventajas competitivas intentando que estas últimas sean de carácter sostenible para garantizar la supervivencia de la compañía a largo plazo.

Objetivos:

- Entender el concepto de competitividad de la empresa.
- Distinguir los diferentes factores que pueden influir en la competitividad de la empresa.
- Comprender y diferenciar las distintas fuentes y clases de ventaja competitiva.
- Analizar las ventajas competitivas genéricas que puede desarrollar una empresa.

Bibliografía Básica:

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. Thomson, Madrid. Capítulo 8.

Bibliografía Complementaria:

- BUENO, E. (2006): *Curso básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Pirámide, Madrid, 4ª edición. Capítulo 7.
- LUQUE, M.A.; BUENO, Y. SANTOS, B. (2001): *Curso práctico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Pirámide, Madrid.

Programación temporal:

- Nº de clases teóricas (1,5): 2
- Nº de clases prácticas (1,5): 2

PARTE SEGUNDA: ANÁLISIS FUNCIONAL DE LA EMPRESA

TEMA 5: RECURSOS HUMANOS Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Contenido

- 5.1. Concepto y estructura organizativa del sistema humano
- 5.2. El comportamiento humano en las organizaciones
- 5.3. Las teorías de la motivación



- 5.4. El liderazgo en la empresa y la inteligencia emocional. Estilos de dirección
- 5.5. Funciones de la dirección y política de personal

Este tema aborda una introducción a los recursos humanos de la organización. Concretamente, se realiza una aproximación tanto al concepto de “personas” como a los diferentes posicionamientos que pueden adoptar dentro de la estructura organizativa de la empresa. Posteriormente, se estudian las principales teorías sobre el comportamiento humano, motivación y liderazgo organizativos. Para finalizar, se realiza una breve exposición de las principales funciones que desarrolla el departamento de recursos humanos en cualquier organización.

Objetivos:

- Delimitar el concepto de persona como recurso para la organización, y su posicionamiento dentro de la estructura organizativa.
- Identificar del concepto de capital humano en la empresa y resaltar el complejo entramado de relaciones entre las personas y las organizaciones.
- Resaltar las principales teorías sobre el comportamiento humano y más concretamente las relacionadas con la motivación y el liderazgo.
- Conocer las áreas de trabajo que fundamentalmente se abordan desde el Departamento de Recursos Humanos de una organización.

Bibliografía Básica:

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. Thomson, Madrid. Capítulo 11 y 12.

Bibliografía Complementaria:

- AGUIRRE, A.A.; CASTILLO, A.M.; TOUS, D. (2009): *Administración de Organizaciones en el entorno actual*. Pirámide, Madrid. Capítulos 8, 12 y 13.

Programación temporal:

- Nº de clases teóricas (1,5 horas): 2
- Nº de clases prácticas (1,5 horas): 2

TEMA 6: ANÁLISIS DE INVERSIONES.



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).

Objetivos:

- Demostrar la importancia de la inversión para la empresa y su carácter cíclico.
- Calcular inversiones y financiaciones generadas por el ciclo de explotación.
- Estudiar las inversiones desde un enfoque financiero.
- Analizar un proyecto de inversión a la luz de distintos criterios de evaluación de inversiones.

Bibliografía Básica:

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. Thomson, Madrid. Capítulo 14

Bibliografía Complementaria:

- SUÁREZ SUÁREZ, A. (2005): *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la Empresa*. Pirámide, Madrid, 20ª edición. Capítulos 1 y 2.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E. (2008): *Prácticas de Administración de Empresas*. Pirámide, Madrid. Capítulos 3 y 4.

Programación temporal:

- Nº Clases teóricas (1,5 horas): 2
- Nº Clases prácticas (1,5 horas): 2



TEMA 7: FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA.

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.

Objetivos:

- Relacionar la estructura financiera de la empresa con toda la actividad que desarrolla la misma.
- Identificar las distintas fuentes de financiación de la empresa, prestando especial atención a su carácter interno o externo y de fondos propios o ajenos.
- Calcular el coste medio ponderado de la financiación y relacionarlo con su rentabilidad económica.

Bibliografía Básica:

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas. Thomson, Madrid. Capítulo 14 .

Bibliografía Complementaria:

- SUÁREZ SUÁREZ, A. (2005): Decisiones óptimas de inversión y financiación en la Empresa. Pirámide, Madrid, 20ª edición. Capítulos 23, 24 y 25.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E. (2008): Prácticas de Administración de Empresas. Pirámide, Madrid. Capítulos 5 y 6.

Programación temporal:

- Nº Clases teóricas (1,5 horas): 2
- Nº Clases prácticas (1,5 horas): 2



TEMA 8: LA FUNCIÓN DE OPERACIONES

Contenidos:

- 8.1. La función de operaciones y sus principales decisiones
- 8.2. Planificación, programación y control de las operaciones
- 8.3. Gestión de inventarios

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 abordan los principales sistemas de planificación, programación y control de operaciones, así como de gestión de inventarios.

Objetivos:

- Identificar la función de operaciones tanto en empresas de producción de bienes como de prestación de servicios.
- Ser capaces de reconocer el tipo de proceso de operaciones que emplea una empresa o cualquier tipo de organización. Ser conscientes de la diversidad y complejidad de decisiones en el área de operaciones, poder diferenciar para cualquier actividad operativa las decisiones estratégicas de las tácticas.
- Conocer los principales sistemas de planificación, programación y control de las operaciones.
- Analizar la gestión de inventarios dentro de las empresas y el coste asociado a la misma.

Bibliografía Básica:

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. Thomson, Madrid. Capítulo 13

Bibliografía Complementaria:

- BUENO, E. (2006): *Curso básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Pirámide, Madrid, 4ª edición. Capítulo 7.
- CHASE, R.B.; AQUILANO, N.J.; JACOBS, F.R. (2000): *Administración de Producción y Operaciones*. McGraw-Hill, 8ª Edición.

Programación temporal:

- Nº Clases teóricas (1,5 horas) : 2
- Nº Clases prácticas (1,5 horas): 2



TEMA 9: LA FUNCIÓN DE MARKETING

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.

Objetivos:

- Conocer la evolución que la dirección comercial y el marketing ha tenido a lo largo de la historia.
- Determinar el concepto y funciones de la investigación de mercados como herramienta para la toma de decisiones comerciales.
- Comprender el concepto, la finalidad y estrategias de la segmentación de mercados.
- Analizar los aspectos más significativos referentes al producto, el precio, la comunicación y la distribución.

Bibliografía Básica:

- IBORRA, M.; DASÍ, A.; DOLZ, C.; FERRER, C. (2007): *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas*. Thomson, Madrid. Capítulos 18 y 19.

Bibliografía Complementaria:

- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. (2008): *Fundamentos de Marketing*. Pearson, Prentice Hall, México, 8ª edición.
- SANTESMASES, M.; MERINO, M.J. (2009): *Fundamentos de Marketing*, Pirámide, S.A. Anaya, Madrid.

Programación temporal:

Nº de clases teóricas (1,5 horas): 1



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

Nº de clases prácticas (1,5 horas): 1

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.

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, N.J.; 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.



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

- 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

Clases teóricas:

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.

Clases prácticas:

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.

Otro objetivo será una profundización en los conocimientos de las clases teóricas para lo que se realizarán exposiciones sobre diferentes autores y temas indicados por el profesor.

Tutorías de seguimiento en grupo

	Nº horas	%
Actividades presenciales:	50	33%
Clases teóricas:	1,5h x 14 sesiones = 21 horas	
Clases prácticas:	1,5h x 14 sesiones = 21 horas	
Pruebas de Conocimiento y actividades complementarias	2 x 2h = 4 h	



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

Tutorías programadas en el cuatrimestre. (tutorías en grupos reducidos de alumnos). (*)	2x1h= 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%

Las tutorías obligatorias 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**

(*)Nota: según la normativa UAM las tutorías no deben incluir más de 10 alumnos.



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Comprender los conocimientos básicos relativos a la Administración de Empresas.
2. Saber aplicar en el contexto profesional los conocimientos adquiridos, disponiendo de las competencias que permiten elaborar y defender argumentos, y resolver problemas en el ámbito de la empresa.
3. Poseer la capacidad de interpretar los datos relevantes dentro del ámbito de la Administración de Empresas para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas importantes de índole económica, social, científica o ética.
4. Saber transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
5. Haber acumulado las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con alto grado de autonomía.

EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

La evaluación consta de:

BLOQUE A: Realización de un examen que generará el 40 % de la calificación final.

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.** Y recoge las siguientes actividades:

- B1) participación en clase y resolución de ejercicios teóricos y/o prácticos individuales.
- B2) pruebas de conocimiento y de desarrollo de competencias.
- B3) exposiciones y trabajos en grupo.



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

TIPO DE ACTIVIDADES A EVALUAR			%
A. Examen final			40
B. Evaluación continua	B1	Participación en clase resolución de ejercicios teóricos y prácticos individuales.	20
	B2	Pruebas de conocimiento y de desarrollo de competencias.	20
	B3	Exposiciones y trabajos en grupo.	20
TOTAL			100%

Si el estudiante consigue el 20% de la evaluación continua (que recoge la actuación del alumno en el desarrollo de las clases y de su trabajo personal), 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 todo caso, para que se puedan aplicar los porcentajes arriba indicados y superar la asignatura, será necesario que en el examen final se obtenga un mínimo de 4 puntos sobre 10. De obtener una puntuación inferior a 4 la nota de la evaluación final será la nota del examen.

Por último, la calificación final se establecerá de 0 a 10 de acuerdo con la legislación vigente.

En cuanto al **sistema de recuperación**, tan sólo será recuperable el examen final, manteniéndose para esta evaluación especial las calificaciones parciales obtenidas a lo largo del curso.

5. Cronograma* / Course calendar

*Este cronograma tiene carácter orientativo.



Asignatura: Economía de la Empresa
Código: 18297
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Gestión Aeronáutica
Nivel: Grado
Tipo: Formación Básica
Nº. de Créditos: 6
Curso Académico: 2012-2013

SEMANAS		CONTENIDOS	PRESENCIAL	NO PRESENCIAL
semana	1	Tema 1	3	6
semana	2	Tema 2	3	6
semana	3	Tema 3	3	6
semana	4	Tema 4	3	6
semana	5	Tema 4	3	6
semana	6	Tema 5	3	6
semana	7	Tema 5	3	6
semana	8	Tema 6	3	6
semana	9	Tema 6	3	6
semana	10	Tema 7	3	6
semana	11	Tema 7	3	6
semana	12	Tema 8	3	6
semana	13	Tema 8	3	6
semana	14	Tema 9	3	6
semana evaluación	15	Exámen	2	16
Pendiente(*)		Actividades complementarias, pruebas de conocimiento y tutorías	6	
TOTAL			50	100

(*) La programación temporal de estos contenidos queda pendiente de concretar. Todos los alumnos serán informados de la fecha de las actividades o pruebas y de sus tutorías en los horarios establecidos para las mismas.