



Empresa y gestión
económica / Company and
financial management

**Grado en Comunicación
Corporativa, Protocolo y
Organización de Eventos
2023-24**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Empresa y gestión económica / Company and financial management.

Titulación: Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos

Carácter: Básica

Idioma: Español / inglés

Curso: 2023-24

Modalidad: Presencial / Virtual

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Andrés Pereda Martínez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- 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.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Evaluar, tomar decisiones y planificar relacionadas con el ámbito de la de comunicación.
- Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales y Jurídicas, de la Ingeniería y de las Artes y Humanidades, especialmente en su relación con el ámbito de la Comunicación Corporativa, el protocolo y la organización de los eventos.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito.
- Recopilar, saber discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico, a partir del análisis y la síntesis.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Lenguas modernas y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.

- Adquirir y saber aplicar los conocimientos necesarios en el área de la economía para poder elaborar y gestionar un presupuesto así como conocer los conocimientos básicos de la contratación y financiación con el fin de aplicarlo a los diferentes tipos de eventos, congresos, ferias y/o actos.

1.2. Resultados de aprendizaje

A partir de búsquedas en las fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas, ser capaz de realizar trabajos de profundización y de síntesis utilizando un lenguaje y argumentación cuidada y manejando las nuevas tecnologías de la comunicación. Demostración de conocimientos sobre el escenario mediático, las relaciones internacionales, el derecho, la empresa y la gestión económica, además de la informática, y la adquisición de habilidades y competencias generales y específicas que se demuestran a través de la superación de la evaluación y pruebas finales de cada materia.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Iniciación al conocimiento básico de la estructura empresarial y a los fundamentos y principios básicos en materia presupuestaria, así como las fuentes y productos financieros disponibles y a las técnicas utilizadas en la elaboración, ejecución y seguimiento de presupuestos detallados en torno al ámbito de la organización de eventos.

Introduction to the basic knowledge of the business structure and the grounds and basic principles in budgetary matters, as well as the financial sources and products available and the techniques used in the preparation, implementation and monitoring of detailed budgets around the field of event organization.

2.3 Contenido detallado

- 1. Empresa, dirección y estrategia**
 - 1.1. La empresa
 - 1.2. Clases de empresa
 - 1.3. El empresario, el directivo, el emprendedor, y el intraemprendedor
 - 1.4. El Entorno de la empresa
 - 1.5. El trabajo directivo
 - 1.6. Las funciones directivas
 - 1.7. La dirección estratégica
 - 1.8. El modelo Canvas
- 2. Organización y dirección de personas**
 - 2.1. Conceptos, clases y elementos de estructura
 - 2.2. Principales mecanismos de coordinación
 - 2.3. Tipos y estructuras organizativas
 - 2.4. El diseño organizativo
 - 2.5. La dirección de RRHH
 - 2.6. El liderazgo
 - 2.7. La cultura empresarial
- 3. Beneficio, rentabilidad y equilibrio financiero**
 - 3.1. El objetivo financiero de la empresa
 - 3.2. Los ciclos de actividad de la empresa
 - 3.3. Los costes en la empresa
 - 3.4. Documentos financieros básicos

- 3.5. La estructura económica y financiera
- 3.6. El equilibrio económico-financiero
- 3.7. Beneficio y rentabilidad
- 3.8. Periodo de maduración y el fondo de maniobra
- 3.9. Los ratios
- 4. Rentabilidad y coste financiero**
 - 4.1. El valor del dinero en el tiempo
 - 4.2. Concepto y clases de inversiones
 - 4.3. Concepto y clases de fuentes de financiación
 - 4.4. Valoración de proyectos de inversión
 - 4.5. Cálculo de la rentabilidad de las inversiones y el coste de la inflación
 - 4.6. La incidencia de la inflación y los impuestos
 - 4.7. El coste medio ponderado del capital
 - 4.8. Métodos de selección de inversiones
- 5. Objetivos, alternativas y decisiones de producción**
 - 5.1. La primera decisión: producir o comprar
 - 5.2. Objetivos y principales decisiones de la dirección de producción
 - 5.3. Diferencias entre la elaboración de bienes y la prestación de servicios
 - 5.4. Costes de producción y su control
 - 5.5. La medida de la productividad y la calidad
 - 5.6. Tipos de proceso de producción
 - 5.7. Los bienes de equipo
 - 5.8. Análisis del flujo del proceso
 - 5.9. La distribución de la planta
- 6. Capacidad de producción y logística**
 - 6.1. La capacidad y localización de las instalaciones
 - 6.2. La planificación y programación de la producción
 - 6.3. La logística
 - 6.4. Concepto, clases, objetivos y coste de los inventarios
 - 6.5. Tipos de demanda
 - 6.6. Tipos de sistemas y modelos de inventarios
 - 6.7. JIT y MRP
- 7. Estudio del mercado y de la demanda**
 - 7.1. El valor añadido de la función de marketing
 - 7.2. La mezcla comercial y el valor del cliente
 - 7.3. Clases de mercados
 - 7.4. La función de demanda y sus elasticidades
 - 7.5. El control del presupuesto mercadotécnico
 - 7.6. La previsión de cuotas de mercado, la investigación comercial y la segmentación
 - 7.7. El marketing ante las TIC y la digitalización
- 8. Variables mercadotécnicas**
 - 8.1. El producto y su ciclo de vida
 - 8.2. La creación e identificación del producto
 - 8.3. Determinación, políticas y estrategias de precio
 - 8.4. La publicidad: Tipos y medida de su efectividad
 - 8.5. La promoción de ventas y las relaciones públicas
 - 8.6. La venta personal y la distribución

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida (AD1): Elaboración de un plan de negocio (en grupos de tres o cuatro alumnos) sobre una idea de negocio identificada por los respectivos grupos de trabajo

Actividad Dirigida (AD2): Evaluación económica del proyecto, para calcular su viabilidad y rentabilidad.

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial:

- Clases de teoría y práctica: 30% (45h)
- Trabajo personal del alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)
- Evaluación: 10% (15h)

Modalidad Virtual:

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10 %
SE2	Prueba parcial	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	50%

Modalidad: virtual

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE9	Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	45%
SE4	Prueba final presencial	40%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	30%
SE4	Prueba final presencial	70%

Modalidad: virtual

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	40%
SE4	Prueba final presencial	60%

3.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Pérez Gorostegui, Eduardo. (2021). Dirección de Empresas, España, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces SA.

Notas y material docente de apoyo en formato digital

Bibliografía recomendada

Guerras Martin, L.A. Navas López, J.E. (2015). La dirección estratégica de la empresa. Cizur Menor, España: Thomson Reuters.
 Iborra, M y otros (2015), Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y Habilidades Directivas, Madrid, Ed. Thomson
 Martínez Abascal, Eduardo (2012). Finanzas para directivos, España: Mc Graw Hill Interamericana.
 García Benau, M.ª A.Vico Martínez, A.(2021). Introducción a la contabilidad financiera. España. Editorial Centro de Estudios Financieros
 Llorente, José Ignacio (2017). Análisis de estados económico-financieros. Madrid. Editorial Centro de Estudios Financieros

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Andrés Pereda Martínez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciado
Correo electrónico	aperedam@nebrija.es
Localización	Campus de Madrid Princesa. Departamento de Publicidad
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación de la profesora aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Cuenta con más de diez años de experiencia vinculada a la empresa desarrollada en la Cámara de Comercio de España y, previamente, en el Ministerio de Economía y Competitividad (Secretaría de Estado de Comercio), etapa en la que formó parte de los consejos de administración de ICEX y de España Expansión Exterior. También es miembro del Patronato del Foro de Marcas Renombradas Españolas.</p> <p>En el ámbito económico, ha cursado el Máster en Gestión y Dirección de Empresas (Universidad Carlos III de Madrid) y el Programa ejecutivo de Dirección Internacional de la Empresa (ICEX-CECO), además de formación especializada en el ámbito de la inversión. Es licenciado en Periodismo (Universidad Carlos III de Madrid) y en Comunicación Audiovisual (Universidad Complutense de Madrid) y ha cursado el Máster en Comunicación Institucional y Política (Universidad Carlos III de Madrid y diario El Mundo). Adicionalmente, ha participado en diversos programas internacionales en el área de Comunicación Política (Georgetown) y Liderazgo Global (Harvard).</p>