



Análisis de la Empresa
/ Business Analysis
**Grado en Economía y
Negocios Internacionales**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Análisis de la Empresa / Business Analysis

Titulación: Grado en Economía y Negocios Internacionales

Carácter: Básica

Idioma: Castellano e inglés

Modalidad: Presencial, a distancia

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Manuel Alvarez, D. Jose Maria Sevilla, Fernando Tomé (coord.)

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas

CB1 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.

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.

CB3 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.

CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales

CG4 Dominar la terminología económica y empresarial, y utilizarla en los contextos apropiados.

CG6 Ser capaz de adaptarse a nuevas situaciones.

CG7 Identificar los elementos relevantes para la toma de decisiones.

CG11 Participar activamente en equipos interdisciplinarios e internacionales.

Competencias específicas

CE7 Integrarse en la gestión empresarial, comprendiendo las variables que inciden en los negocios y las transacciones internacionales

CE12 Aportar valor a la gestión de una organización, entendiendo sus fines y su posición dentro del mercado o contexto en el que se ubica.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Entender el funcionamiento y las áreas funcionales de la empresa como agente económico básico de la economía

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Análisis del entorno general de la empresa en sus aspectos económico, político, social y tecnológico. Especial énfasis en el entorno económico, estudiando la naturaleza y objetivos de la empresa, los distintos tipos de empresa, sus diversas formas de desarrollo y sus interrelaciones con otros agentes económicos. Introducción a las distintas áreas funcionales de la empresa, buscando ofrecer una visión de conjunto de todas sus actividades. La asignatura se presenta como una visión global de la empresa, tanto desde una perspectiva externa - su relación con el entorno - como desde una perspectiva interna - fundamentos de la gestión empresarial e introducción a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Analysis of the general environment of the company in its economic, political, social and technological aspects. Special emphasis on the economic environment, studying the nature and objectives of the company, the different types of business, various forms of development and their interrelations with other economic agents. Introduction to the different functional areas of the company, seeking to offer an overview of all activities. The course is presented as an overview of the company, both from an external perspective - their relationship with the environment - as from an internal perspective - fundamentals of business management and introduction to the different functional areas of the company.

2.3. Contenido detallado

INTRODUCCION A LA EMPRESA

1. La empresa y el empresario.
2. El papel y objetivos de la empresa
3. El papel del empresario en la economía
4. El espíritu emprendedor
5. Tipos de empresas
6. Ética empresarial y personal

EL ENTORNO DE LA EMPRESA

1. Cambio y entorno
2. Competencia y competitividad
3. Agentes del entorno empresarial
4. El enfoque estratégico de la empresa
5. Formas de desarrollo de la empresa

FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS

1. El papel de los directivos
2. Las funciones directivas
3. Tipos de dirección y estilos directivos
4. La toma de decisiones
5. Poder, autoridad e influencia
6. Liderazgo
7. Delegación y control

LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1. Motivación
2. Información y comunicación interna
3. Selección de personal
4. Formación de personal
5. Evaluación e incentivos

LA PRODUCCIÓN

1. La función de producción
2. El diseño del sistema productivo
3. La gestión del sistema productivo

EL MARKETING Y LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1. La gestión de marketing en la empresa
2. Análisis del mercado y la demanda
3. Investigación e Información comercial
4. El plan de marketing
5. El producto
6. La distribución
7. El precio
8. La comunicación

FINANZAS

1. La función financiera de la empresa
2. El entorno financiero y las decisiones financieras
3. Fuentes de financiación
4. Política de inversiones
5. El equilibrio financiero de la empresa

LA DIRECCIÓN GENERAL

- Estrategia y política de empresa
- Concepto y desarrollo de la idea de negocio

2.4. Actividades Dirigidas

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

Actividad Dirigida 1 (AD1): Realizar un análisis estratégico DAFO del Grupo Planeta y análisis PEST del Grupo ATRESMEDIA. Comparativa.

Actividad Dirigida (AD2): Caso de estudio TOYOTA

2.5. Actividades formativas

Tipo de actividad modalidad presencial	Horas	Presencialidad %
AF1 Clase Magistral/ Fundamentos Teóricos	45	100%
AF2 Caso Práctico	9	100%
AF3 Tutoría	9	100%
AF4 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	18	0%
AF5 Actividades a través de recursos virtuales	6	50%
AF6 Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	6	0%
AF7 Estudio individual	57	0%

Tipo de actividad modalidad a distancia	Horas	Presencialidad %
AF8 Clase Magistral a distancia	12	50%
AF9 Caso práctico a distancia	12	0%
AF5 Actividades a través de recursos virtuales	48	0%
AF6 Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	18	0%
AF7 Estudio individual	24	0%
AF10 Tutoría a distancia	12	100%
AF11 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	24	50%

Metodologías docentes:

Presencial y a distancia:

MD1	Método expositivo / Clase magistral
MD2	Resolución de ejercicios y problemas
MD3	Método del caso
MD4	Realización de trabajos

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente 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

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba parcial	10%
Prueba final presencial	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en foros y actividades tutorizadas	10%

Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

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.

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 y proyectos escritos, así como en los 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. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio 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

- Beas Ferrero, A.M. de (1993). Organización y administración de empresas. Madrid: Ed. McGraw Hill.
- Bueno, E. (2002). Curso básico de economía de la empresa. Madrid: Ed. Pirámide.
- Cuervo, A. y otros. (1996). Lecturas de introducción a la economía de la empresa. Madrid: Ed. Civitas.
- Curbelo, J.L & López Domínguez, I. (2007). El arte de emprender. Madrid: Universidad Antonio de Nebrija.
- Porter, M.E. (2013). Ser competitivo. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Suárez, A.S. (1996). Curso de economía de la empresa. Madrid: Ed. Pirámide.

Bibliografía recomendada

- Barroso Castro. (1996). Casos y cuestiones de Economía de la Empresa. Madrid: Ed. Pirámide.
- Díez de Castro, E. y otros. (2002). Introducción a la economía de la empresa (Vols. I y II). Madrid: Ed. Pirámide.
- Díez de Castro, J. (2002). Administración de Empresas, dirigir en la sociedad del conocimiento. Madrid: Ed. Pirámide.
- Garcí del Junco, et al. (1998). Casos Prácticos de Economía de la Empresa. Madrid: Ed. Pirámide.
- Gates, B. (1996). Camino al futuro. Madrid: Ed. McGraw Hill. (2ª edición).
- Huete, L.M. (1997). Servicios y beneficios. Ed. Deusto.
- Kishtainy, N. (2011). El libro de la economía. Ed. Akal DK.
- Kotter. (1998). El liderazgo de Matsushita. Lecciones del empresario más destacado del siglo XX. Ed. Granica.
- Semler, R. y López de Arriortúa, J.I. (1997). Tú puedes. Ed. LID 2 010.