



Análisis de la empresa
/ The firm analysis

Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
2021-22



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Análisis de la empresa / The firm analysis

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Carácter: Básica

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Curso Académico: 2021-22

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. D. Jose María Sevilla Llewellyn-Jones / Jorge Hernando Cuñado

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.
- Conocer los conceptos básicos de la Literatura, Sociología, Empresa, Economía, Estadística, Comunicación, Idioma moderno y Derecho que interactúan con la práctica publicitaria y en la actividad de las RR.PP.
- Conocer las características del mundo empresarial para comprender las relaciones que se establecen con el marketing y la comunicación comercial.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- 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, especialmente en el ámbito de la Comunicación.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

1.2 Resultados de aprendizaje

- Ser capaz de realizar trabajos de profundización y síntesis de manera creativa a partir de la búsqueda de fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito de las Ciencias Sociales. Demostración de conocimientos, habilidades y competencias a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria.
- Entendimiento de las interrelaciones de las variables y agentes de la comunicación publicitaria, el marketing y las relaciones públicas, así como su evolución diacrónica en el tiempo a través de la superación de prueba final, ordinaria y extraordinaria, así como de los trabajos de profundización de la materia.
- 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

Análisis del entorno general de la empresa en sus aspectos económico, político, social y tecnológico. Naturaleza y objetivos de la empresa, tipos, formas de desarrollo e interrelaciones con otros agentes económicos.

Analysis of the general environment of the firm in its economic, political, social, and technological aspects. Nature and goals of the firm, types, forms of development and interrelations with other economic agents.

2.3 Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente. Metodología.

1.INTRODUCCION A LA EMPRESA

La empresa y el empresario.
El papel y objetivos de la empresa
El papel del empresario en la economía
El espíritu emprendedor
Tipos de empresas
Ética empresarial y personal

2.EL ENTORNO DE LA EMPRESA

Cambio y entorno
Competencia y competitividad
Agentes del entorno empresarial
El enfoque estratégico de la empresa
Formas de desarrollo de la empresa

3.FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS

El papel de los directivos

<p>Las funciones directivas</p> <p>Tipos de dirección y estilos directivos</p> <p>La toma de decisiones</p> <p>Poder, autoridad e influencia</p> <p>Liderazgo</p> <p>Delegación y control</p> <p>4.LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS</p> <p>Motivación</p> <p>Información y comunicación interna</p> <p>Selección de personal</p> <p>Formación de personal</p> <p>Evaluación e incentivos</p> <p>5.LA PRODUCCIÓN</p> <p>La función de producción</p> <p>El diseño del sistema productivo</p> <p>La gestión del sistema productivo</p> <p>6.EL MARKETING Y LA ACTIVIDAD COMERCIAL</p> <p>La gestión de marketing en la empresa</p> <p>Análisis del mercado y la demanda</p> <p>Investigación e Información comercial</p> <p>El plan de marketing</p> <p>El producto</p> <p>La distribución</p> <p>El precio</p> <p>La comunicación</p> <p>7.FINANZAS</p> <p>La función financiera de la empresa</p> <p>El entorno financiero y las decisiones financieras</p> <p>Fuentes de financiación</p> <p>Política de inversiones</p> <p>El equilibrio financiero de la empresa</p> <p>8.LA DIRECCIÓN GENERAL</p> <p>Estrategia y política de empresa</p> <p>Concepto y desarrollo de la idea de negocio</p>

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 1 (AD1): Realizar un trabajo dirigido por el profesor. La temática será acerca del entorno empresarial o económico.

Actividad Dirigida (AD2): Caso de estudio de una empresa a determinar

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	45	100%

AF2	Trabajo personal del alumno	75	0%
AF3	Tutorías	15	50%
AF4	Evaluación	15	100%
		150	

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

Sistema de Evaluación	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%
SE2. Prueba parcial	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	30%
SE4. Prueba final presencial	50%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación máxima
SE3. Actividades académicas dirigidas	30%
SE3. Prueba 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. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

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

- Beas Ferrero, A.M. de (1993). *Organización y administración de empresas*. Madrid: Ed. McGraw Hill.
- Malkiel, B (2020). *Un paseo aleatorio por Wall Street*. Madrid: Alianza Editorial.
- 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.

In the case of the English version of the course, Technical Notes will be provided to all the students through the Virtual Campus. The notes should be downloaded in advance and read and studied in depth before each session so that the class session is used to discuss examples and cases and clarify any issue that might be obscure in the formulation of the note. Otherwise, the professor will be compelled to make a theoretical presentation of each of the various issues.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Jose María Sevilla Llewellyn-Jones
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Máster en Marketing Estratégico, Licenciado en ADE
Correo electrónico	jsevillal@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Licenciado en ADE por la Universidad Autónoma de Madrid. Máster en Marketing por la Universidad de Saint Andrews, Reino Unido. Doctorando en Economía por la Universidad CEU San Pablo.</p> <p>Experiencia profesional con más de 14 años en Banca de Inversión y consultoría. En los últimos años se ha dedicado a la creación de empresas y la consultoría en gestión de la innovación que ha compaginado con la docencia Universitaria internacionalmente.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nombre y Apellidos	Jorge Hernando Cuñado
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Doctor en Fundamentos del Crecimiento Económico
Correo electrónico	jhernanc@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Licenciado en Economía por la Universidad Autónoma de Madrid. Doctor en Fundamentos de Crecimiento Económico en la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado como consultor en el área de Fondos Europeos en el Ministerio de Economía Experiencia profesional internacional: Accenture y Citigroup, en Dublín, Irlanda. Lecturer en la International Business Week. Rotterdam University of Applied Sciences. Abril 2015 Lecturer en Münster University of Applied Sciences. Programa Erasmus +. Abril 2016 Lecturer en Portsmouth University. Programa Erasmus +. Marzo 2018 Idiomas: Inglés-Certificate of Proficiency in English. Cambridge University (Junio 2006). Autor de diversas Publicaciones y artículos científicos</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------