8-09

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI

INTRODUCCION A LA ECONOMIA DE LA EMPRESA

CÓDIGO 01541077

UNED

8-09

INTRODUCCION A LA ECONOMIA DE LA EMPRESA

CÓDIGO 01541077

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
OTROS MATERIALES DE INTERÉS
IGUALDAD DE GÉNERO

OBJETIVOS

2.1. OBJETIVOS GENERALES

Lo realmente importante a la hora de iniciar al alumno en esta materia es que comprenda que todo lo que se expone tiene un fin último, que es proporcionarle la metodología adecuada para abordar la práctica empresarial.

Unas veces se utilizarán conceptos teóricos, e incluso se llegará a establecer juicios de valor, por ejemplo, en el campo de la organización, y otras se descenderá mucho en la abstracción y grado de análisis de los problemas, ofreciendo incluso pequeñas "recetas" de actuación. En unos y otros casos, el objetivo será el mismo: ayudar a comprender el quehacer empresarial y preparar para enfrentarse a la toma de decisiones en el mismo.

2.2. OBJETIVOS PARTICULARES

El estudio del mundo de la empresa supone abordar muchas cuestiones, algunas de las cuales están aún por resolver. Los objetivos del aprendizaje pueden ser variados. He aquí algunas de las razones que pueden incitar a entrar en su estudio:

1. *Estudio general.* Un estudio de la empresa ayuda a comprender las fuerzas económicas que nos rodean, así como a contemplar nuestro entorno desde una pespectiva económica y social. El conocimiento de la terminología, el vocabulario y la teoría básica del funcionamiento empresarial son elementos esenciales de educación y cultura de una persona que viva en el siglo XXI.
2. *Fundamento para posteriores estudios.* Tanto quien sea un estudiante de Economía como quien trabaje en el seno de una empresa y desee profundizar en sus conocimiento, un curso básico de introducción a la empresa es el requisito básico de futuros éxitos en el aprendizaje.
3. *Conocimiento práctico de los quehaceres empresariales.* El conocimiento práctico de la empresa puede adquirirse por el mero trabajo en la misma; sin embargo, este proceso de aprendizaje puede acortarse y completarse a través del conocimiento teórico de aquélla. El estudio evitará muchos de los errores y proporcionará las herramientas a utilizar para solucionar muchos problemas concretos.
4. *Consumidor y ciudadano.* El estudio de los procesos empresariales y sus mecanismos ayuda a ser un mejor ciudadano y un consumidor más inteligente. Tanto cuando una persona vota en las elecciones como cuando compra en un supermercado, está adoptando decisiones en las que el conocimiento de los mecanismos empresariales facilita una elección más racional y documentada. Asimismo, cara al desarrollo profesional –nótese el importante volumen de población que trabaja en empresas–, el conocimiento del mundo empresarial ayudará a acertar en la elección de un nuevo trabajo acorde con nuestros deseos y aptitudes.

2.3. REQUISITOS MÍNIMOS

La asignatura aborda el estudio sistemático de las múltiples funciones y procesos que se desarrollan en el seno de la empresa, el desarrollo de técnicas instrumentales que faciliten la

toma de decisiones como la descripción y racionalización de los modos de actuar de los distintos actores empresariales.

CONTENIDOS

TEMA 1. La empresa.
TEMA 2. Empresa y entorno.
TEMA 3. La figura del empresario.
TEMA 4. Formas de medición económica en la empresa.
TEMA 5. La inversión en la empresa.
TEMA 6. Financiación I.
TEMA 7. Financiación II.
TEMA 8. Localización y dimensión en la empresa.
TEMA 9. Adquisición y renovación de equipos.
TEMA 10. Gestión de stocks.
TEMA 11. El factor humano, aprovisionamiento y remuneración.
TEMA 12. El proceso de la dirección de la empresa.
TEMA 13. La planificación.
TEMA 14. Organización.
TEMA 15. Dirección y liderazgo.
TEMA 16. El control.
TEMA 17. La toma de decisiones.
TEMA 18. La toma de decisiones: incertidumbre y técnicas de optimización de resultados.
TEMA 19. La programación lineal.
TEMA 20. El PERT.
TEMA 21. Decisiones.
TEMA 22. Marketing.
TEMA 23. Política de productos y precios.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	MARTA SOLORZANO GARCIA
Correo Electrónico	msolorzano@cee.uned.es
Teléfono	91398-6386
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788479911096
Título:MANUAL DE GESTIÓN DE EMPRESAS (3ª)
Autor/es:
Editorial:UNIVÉRSITAS

ISBN(13):9788493463816
Título:ASPECTOS PRÁCTICOS DE LA GESTIÓN DE EMPRESAS (1ª)
Autor/es:
Editorial:UNIVERSITAS INTERNACIONAL

GARRIDO BUJ, S.: *Manual de Gestión de Empresas*. Editorial Universitas, Madrid, 2000.
GARRIDO BUJ, S. y SOLÓRZANO GARCÍA, M.: *Aspectos Prácticos de la Gestión de Empresas*. Editorial Universitas Internacional, Madrid, 2006.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9788436812398
Título:PRÁCTICAS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (1)
Autor/es:
Editorial:EDICIONES PIRÁMIDE, S.A.

ISBN(13):9788480045124
Título:INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA (1ª)
Autor/es:
Editorial:CERA

PÉREZ GOROSTEGUI, E.: *Introducción a la Economía de la Empresa*. Editorial Cera, Madrid, 2006 o posterior.
PÉREZ GOROSTEGUI, E.: *Prácticas de Administración de Empresas*. Editorial Pirámide, Madrid, 2005 o posterior.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1. PRUEBAS DE EVALUACIÓN A DISTANCIA

No hay.

7.2. PRUEBA PRESENCIAL

Test teórico-práctico consistente en veinte preguntas. Cada pregunta correcta se puntuará con +0.5 puntos y cada pregunta incorrecta o doble marca se penalizará con –0.3 puntos.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Servicio telefónico de consultas académicas:
D. Santiago Garrido Buj
Miércoles, de 16 a 20 h.Tel.: 91 398 63 83
D.ª Marta Solórzano García
Miércoles, de 16 a 20 h.
Tel.: 91 398 63 86
En otros horarios las consultas deberán realizarse por correo ordinario:
Facultad de CC Económicas y Empresariales
(Desp. 1-34; 1-36)
C/ Senda del Rey, 11
28040 Madrid
Por fax: 91 398 63 44
Por correo electrónico:
int.economia.empresa-ig@cee.uned.es

OTROS MATERIALES DE INTERÉS

Guía didáctica de *Introducción a la Economía de la Empresa*, Editorial UNED, Madrid 2001, elaborada por el equipo docente.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.