

9-10

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



INTRODUCCION A LA ECONOMIA DE LA EMPRESA

CÓDIGO 01541077

UNED

9-10

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 perspectiva 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 conocimientos, 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
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

MARTA SOLORIZANO GARCIA
msolorzano@cee.uned.es
91398-6386
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
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

Garrido Buj, S. y Solórzano García, M: *Guía didáctica de Introducción a la Economía de la Empresa*, Editorial UNED, Madrid 2008.

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.