



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE **ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

Coordinación: GARCIA CANET, VICTOR

Año académico 2020-21

Información general de la asignatura

Denominación	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL			
Código	102374			
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Grado en Técnicas de Interacción Digital y de Computación	1	TRONCAL	Presencial
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	3	3	
	Número de grupos	1	1	
Coordinación	GARCIA CANET, VICTOR			
Departamento/s	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS			
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	Clase presencial: 60 horas Trabajo autónomo: 90 horas			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Catalán / Castellano			
Distribución de créditos	Teoría: 3 ECTS Prácticas en el aula: 3 ECTS			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
GARCIA CANET, VICTOR	victor.garcia@udl.cat	6	

Información complementaria de la asignatura

Asignatura que se cursa en el 2º cuatrimestre del 1er curso del grado de Organización Industrial y Logística y del grado de Ingeniería Química. Corresponde a la Materia "Empresa" dentro del Módulo de "Formación Básica".

Asignatura que requiere un trabajo continuado durante todo el semestre a fin de alcanzar los objetivos de la misma. Se requiere pensamiento crítico y capacidad de abstracción.

Se recomienda visitar de forma frecuente el espacio del Campus Virtual asociado a la asignatura ya que se anuncia toda la información correspondiente.

Objetivos académicos de la asignatura

El objetivo de la asignatura es introducir a los alumnos en el campo de estudio de la Organización de Empresas, de modo que adquieran conocimiento relacionado con la estructura y funcionamiento de la empresa como organización.

Resultados de aprendizaje:

- Adquirir conocimientos de gestión y administración de empresas.
- Adquirir conocimientos económicos y financieros aplicados a la gestión empresarial.
- Conocer las principales funciones de la empresa.
- Conocer modelos y técnicas de resolución de problemas básicos de la organización empresarial.

Competencias

B02: 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.

B04: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG9: Organizar y planificar en el ámbito de la empresa, y otras instituciones y organizaciones.

CE6: Adquirir el concepto de empresa, marco institucional y jurídico de la empresa. Organizar y gestionar empresas.

CT4: Aplicar conocimientos básicos de emprendimiento y de los entornos profesionales.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Tema 1: Empresa y empresario

- La empresa como sistema.
- Teorías de la empresa.
- Tipos de empresa
- Plan de empresa.

Tema 2: Producción de la empresa

- Factores de producción y producto.
- Productividad media y productividad marginal
- Productividad con dos factores variables

Tema 3: Costes de producción

- Funciones y tipos de costes. Corto plazo y largo plazo.
- Ingresos y beneficios.
- Análisis del punto muerto.

Tema 4: Oferta y demanda

- La curva de demanda. Desplazamientos
- La curva de oferta. Desplazamientos
- Equilibrio de mercado
- Elasticidades
- El excedente del consumidor y del productor. Eficiencia de los mercados

Tema 5: Mercados no competitivos

- Monopolios
- Oligopolio y competencia monopolística
- Externalidades

Tema 6: Balance Situación y Cuenta de Resultados

- El Balance de Situación
- La cuenta de resultados
- Análisis financiero de balances

Tema 7: Evaluación de inversiones

- Valor temporal del dinero
- Parámetros característicos de una inversión
- Criterios de rentabilidad
- Análisis de sensibilidad

Tema 8: Modelos i toma de decisiones en una empresa

- Modelización
- Contextos de decisión
- Criterios de decisión
- Valor de la información

Tema 9: La función comercial

Elementos de marketing

Investigación de mercados, segmentación y experimentación

Las variables del marketing

mentos de

Ejes metodológicos de la asignatura

Esta asignatura combina lecciones teóricas con aplicación práctica a través del análisis de artículos, estudio de casos y ejercicios prácticos.

El formato habitual de las sesiones constará de una primera parte de explicación de los conceptos principales, y a continuación se planteará una actividad práctica dirigida en el aula que permita interiorizar y consolidar los conceptos tratados en la sesión.

La mayor parte de actividades se desarrollarán en equipos de trabajo, y en algunas sesiones se harán dinámicas de grupo. En caso de ser posible también se harán visitas externas y/o seminarios.

La distribución horaria de dedicaciones será:

Tipo de actividad	Actividad presencial alumno		Actividad no presencial alumno		Tiempo total
	Objetivos	Horas	Trabajo alumno	Horas	Horas/ECTS
Lección magistral	Explicación de conceptos	30	Estudio: conocer, comprender y sintetizar conocimientos	45	75
Resolución de casos prácticos	Ejercicios prácticos, estudio de casos, análisis de artículos, dinámicas de grupo, etc.	20	Resolver casos	30	50
Proyecto Integrador	Desarrollo del proyecto integrador	8	Desarrollo del proyecto integrador	12	20
	Defensa del proyecto integrador	2	Preparación defensa del proyecto integrador	3	5
Totales		60		90	150

Plan de desarrollo de la asignatura

Semana 1: Tema 1

Semana 2-3: Tema 2

Semana 4-5: Tema 3

Semana 5-6: Tema 4

Semana 7: Tema 5

Semana 8: Tema 6

Semana 9: Evaluación

Semana 10: Tema 6

Semana 11-12: Tema 7

Semana 13-14: Tema 9

Semana 15: Tema 9

Sistema de evaluación

Parcial 1: 30%

Parcial 2: 30%

Ejercicios y actividades de curso: 20%

Plan Empresa: 20%

Las pruebas se evalúan de 0 a 10 puntos.

En el segundo parcial se utilizan los conceptos introducidos en el primer parcial.

Debe cuidarse la ortografía, la sintaxis y la presentación en general, indicando siempre la bibliografía.

Bibliografía y recursos de información

Bueno-Campos, E. (2005). **Curso básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización**. Pirámide, Grupo Anaya.

Mankiw, N.G. (1998). **Principios de economía**. McGraw-Hill.

Pérez Gorostegui E. (2009). **Curso de introducción a la economía de la empresa**. Centro de Estudios Ramón Areces, UNED.