

## 26936 - Gestión empresarial y proyectos

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2023/24

**Asignatura:** 26936 - Gestión empresarial y proyectos

**Centro académico:** 100 - Facultad de Ciencias

**Titulación:** 447 - Graduado en Física

**Créditos:** 5.0

**Curso:**

**Periodo de impartición:** Primer semestre

**Clase de asignatura:** Optativa

**Materia:**

### 1. Información básica de la asignatura

El propósito de la asignatura es dotar a los estudiantes una visión global del mundo de la empresa al que se van a enfrentar en su trayectoria profesional. Se enfoca desde distintos ángulos: comenzando desde la perspectiva del funcionamiento de las empresas para aquellos interesados en trabajar en grandes organizaciones hasta el punto de vista de la creación de empresas para aquellos alumnos emprendedores y que busquen una salida profesional por cuenta propia. Entendiendo las funciones de las distintas áreas de las organizaciones, el peso de cada una y las interrelaciones entre todas.

La asignatura tiene un enfoque práctico, dinámico y participativo, proponiendo tendencias, estrategias empresariales y de marketing, nuevas ideas de negocio y posición de la empresa en el mercado.

Las actividades de aprendizaje previstas en esta asignatura contribuirán al logro de las metas 4.3 y 4.4 del Objetivo 4 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

### 2. Resultados de aprendizaje

- Identificar las aportaciones más relevantes de la Teoría de la Organización y de la Teoría del Marketing. Conocer la relevancia estratégica de las funciones directivas en cada uno de las funciones de la organización.
- Diferenciar la diversidad de funciones empresariales y organizativas, así como de las especiales características del trabajo directivo.
- Conocer el proceso lógico de planificación, diseño de organigramas y asignación de funciones.
- Ser capaz de usar e interpretar información, realizar diagnósticos y aportar propuestas de mejora organizativa, tanto desde el punto de vista de la Teoría de la Organización como de la Teoría del Marketing.
- Conocer la elaboración y diseño de estrategias genéricas.
- Ser capaz de desarrollar un diagnóstico interno y externo a la organización, realizar un análisis general y proponer soluciones ante problemas organizacionales.
- Conocer los procesos básicos relativos a la iniciativa empresarial y ser capaz de ponerlos en marcha.

### 3. Programa de la asignatura

TEMA 1.- EMPRESA Y ENTORNO.

TEMA 2.- EL PROCESO DIRECTIVO. EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN Y EL PROCESO DE CONTROL.

TEMA 3.- EL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

TEMA 4.- EL PROCESO DE FINANCIACIÓN.

TEMA 5.- LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA.

TEMA 6.- LA FILOSOFÍA Y LA PRÁCTICA DEL MARKETING EN LA EMPRESA.

TEMA 7.- EL PROCESO DE DECISIONES SOBRE PRODUCTO.

TEMA 8.- EL PROCESO DE DECISIONES SOBRE PRECIO.

TEMA 9.- EL PROCESO DE DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN.

TEMA 10.- EL PROCESO DE DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN.

### 4. Actividades académicas

La asignatura se estructura en clases teóricas (clases magistrales con participación activa del estudiante) y clases

prácticas (casos prácticos, ejercicios, comentarios de lecturas y trabajo en equipo). El calendario que detalla cada actividad se pondrá a disposición de los alumnos a principio de curso. Las 150 horas de trabajo del estudiante se estructuran como sigue:

Trabajo con el estudiante (65 horas):

- Clases expositivas: 30 horas.
- Casos y ejercicios: 15 horas.
- Trabajos prácticos: 15 horas.
- Pruebas de conocimiento: 5 horas.

Estudio y trabajo del estudiante (85horas):

- Trabajo autónomo: 60 horas (para el cálculo se estima 1 hora de estudio por cada hora de clase teórica y dos horas de estudio por cada hora de clase práctica).
- Trabajo en equipo: 25 horas.

## 5. Sistema de evaluación

La asignatura es impartida por dos áreas de conocimiento, con un cincuenta por cien de contenidos asignados a cada una de ellas: Comercialización e Investigación de Mercados y Dirección y Organización de Empresas. Cada una de esas partes será objeto de un examen específico que computará para la nota final de forma proporcional a su número de créditos.

### Evaluación continua

Actividades

Aprendizaje continuo .....20 % sobre el total

Distintas cuestiones prácticas, lecturas o materiales de actualidad serán planteados y deberán ser resueltos por el estudiante en clase.

Trabajo tutelado en equipo.....50% sobre el total

El estudiante deberá resolver, formando parte de un equipo de trabajo, un trabajo a lo largo de la asignatura, creando un pequeño proyecto propio de empresa (modelo de organización, financiación, estrategias de marketing, comunicación, publicidad...)

Examen teórico práctico.....30% sobre el total

Cuestiones sobre temas impartidos en la asignatura que pueden ser en modalidad de pequeñas preguntas de desarrollo o preguntas tipo test.

### Prueba única o global

Se llevará a cabo en las convocatorias oficiales. Constará de una prueba escrita de carácter teórico-práctico en la que se evaluarán la consecución de los resultados de aprendizaje indicados anteriormente. Se realizará al finalizar el curso y tendrá carácter individual. Consistirá en cuestiones dirigidas a evaluar el grado de asimilación de los conceptos claves de la asignatura.