

Grado en Administración y Dirección de Empresas

PROGRAMAS DE ASIGNATURAS

Contenido

Contenido.....	2
PRIMER CURSO	3
Entorno Empresarial y Negociación	3
Matemáticas Empresariales	7
Fundamentos de Administración y Dirección de Empresas	10
Fundamentos del Marketing.....	13
Introducción a la Economía.....	16
Comportamiento del Consumidor.....	19
Contabilidad Financiera I.....	23
Creatividad e Innovación en Nuevos Entornos	27
Introducción al Derecho	31
Microeconomía.....	34

PRIMER CURSO

Entorno Empresarial y Negociación

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11_1GrADE_FT-ES_104
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Obligatoria
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Primero
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Entorno Empresarial y Negociación se analizan cuáles son los factores del entorno que inciden sobre las organizaciones tanto a nivel macro como microeconómico, así como las estrategias más adecuadas a seguir ante las modificaciones del mismo. El alumno podrá también aprender cómo se producen las negociaciones en las organizaciones y de éstas con los grupos de interés.

COMPETENCIAS BÁSICAS

C.B.1.- 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

C.B.2.- 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.

C.B.3. 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.

C.B.4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

C.B.5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

C.G.1. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio.

C.G.3. Conocer y aplicar herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y

diferenciales.

C.G.4. Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

C.T.2. Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

C.T.3. Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad.

C.T.4. Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.5. Habilidad para diseñar el plan de negocio de una nueva organización

C.E.14. Habilidad para desarrollar propuestas empresariales a nivel estratégico

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

R.A.1. Conocer técnicas de negociación con grupos de interés para la empresa.

R.A.2. Saber valorar la situación y evolución de una empresa y tomar decisiones.

R.A.3. Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de mercados, sectores, organizaciones.

CONTENIDOS/TEMARIO

Tema 1. Factores del entorno general

Tema 2. Macroentorno

Tema 3. Microentorno

Tema 4. Estrategias y respuestas a modificaciones en el entorno

Tema 5. Negociación en las organizaciones y con grupos de interés

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes:

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Número de horas	Presencialidad (%)
Lección magistral participativa	28	100%
Clases prácticas: Resolución de problemas	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Evaluación	4	100%
Tutorías	10	25%

Trabajo autónomo	74	0%
TOTAL	150	

EVALUACIÓN

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portafolio *	50 %
<i>Resolución de problemas:</i> 10%	
Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen	
<i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i> 30 %	
Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la economía y/o las empresas que sean solicitados por el profesor.	
<i>Otras actividades de evaluación continua</i> 10%	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Pruebas objetivas*	50 %
Evaluación de las pruebas	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La eventual falta de honestidad académica por parte del estudiante será sancionada de acuerdo a lo establecido en la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir las actividades evaluativas que no haya superado en la convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de "Suspenso" o "No presentado".

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de "Matrícula de Honor" se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta la consecución de los resultados de aprendizaje, con imparcialidad y objetividad.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Munuera Alemán, J. L., & Rodríguez Escudero, A. I. (2020). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Editorial ESIC.
- Porter, M. E. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria.

Complementaria

- Clark, T., Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Lacey, M. (2012). *Tu modelo de negocio*. Barcelona: Editorial Deusto.
- Michaux, S., & Cadiat, A. C. (2016). *Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito*. Editorial 50 minutos.es.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Editorial John Wiley & Sons.
- Van der Pijl, P.; & Lokitz, J.; & Kay Solomon, L. (2018). *Rediseña tu negocio: Nuevas herramientas de innovación y definición de la estrategia*. Editorial Deusto.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11/1GrADE-1FT-ES/101
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Básica
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Primero
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de matemáticas empresariales ofrece los elementos básicos para que los estudiantes de Administración y Dirección de Empresas puedan entender conceptos básicos de finanzas (tipos de interés, rentas, valores actuales) y cómo aplicarlos a su vida profesional tanto al solicitar financiación como al tomar decisiones de inversión.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1: 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.

CB2: 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.

CB3: 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.

CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

CG1: Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio

CG2: Conocer y aplicar técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto empresarial y de negocio

CG4: Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2: Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes

CT3: Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad

CT4: Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CE16: Habilidad para valorar operaciones financieras y su impacto en la estrategia de la empresa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

RA4 – Estudiar, valorar y resolver las distintas operaciones relacionadas con las finanzas empresariales.

RA5 – Conocer los aspectos básicos de las áreas funcionales de la empresa y comprender la relación entre ellas.

CONTENIDOS/TEMARIO

Tema 1. Fundamentos de la valoración financiera

Tema 2. Teoría de rentas

Tema 3. Valoración de las operaciones financieras a corto plazo

Tema 4. Valoración de las operaciones financieras a largo plazo

METODOLOGÍAS DOCENTES

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

	Número de horas	Presencialidad (%)
Lección magistral participativa	28	100%
Clases prácticas: Resolución de problemas	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Evaluación	4	100%
Tutorías	10	25%
Trabajo autónomo	74	0%
TOTAL	150	

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del portafolio*	40 %
Valoración de cada actividad: Resolución de problemas: 15 % Estudio de casos/diseño de proyectos: 20 % Otras actividades de evaluación continua: 5 %	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Pruebas objetivas*	60 %

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (evaluación del portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La eventual falta de honestidad académica por parte del estudiante será sancionada de acuerdo a lo establecido en la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir solo las actividades evaluativas que no haya superado en convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de “Suspenso” o “No presentado”.

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de “Matrícula de Honor” se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes del grupo sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta **la consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Besley E., Brigham S. (2014). *Fundamentos de Administración Financiera*. Editorial Cengage Learning.
- Brealey, R., Myers, S., Allen F. (2015). *Principios de Finanzas Corporativas*. Editorial Mc Graw Hill.

Complementaria

- Villalobos J.L. (2016). *Matemáticas Financieras*. Editori

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11_1GrADE_FT-ES_102
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Básica
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Primero
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Fundamentos de Administración y Dirección de Empresas se analiza qué es una empresa y su papel en la economía y se establecen los criterios básicos para analizar el mercado, la industria y un negocio concreto. El alumno podrá aprender cuál es el proceso de dirección y administración de una empresa y sus recursos, así como a planificar y tomar decisiones. Por último, se revisarán los conceptos claves relacionados con la organización de la empresa.

COMPETENCIAS BÁSICAS

C.B.1.- 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

C.B.2.- 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.

C.B.3. 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.

C.B.4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

C.B.5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

C.G.1. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio.

C.G.2. Conocer y aplicar técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto empresarial y del negocio.

C.G.3. Conocer y aplicar herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales.

C.G.4. Tomar decisiones empresariales y de negocio desde una perspectiva de estrategia corporativa global.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2: Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

CT3: Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad.

CT4: Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.1. Habilidad para aplicar los procedimientos necesarios en la planificación y normalización contable de la empresa.

C.E.16. Habilidad para valorar operaciones financieras y su impacto en la estrategia de la Empresa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

R.A.5. Conocer los aspectos básicos de las áreas funcionales de la empresa y comprender la relación entre ellas.

CONTENIDOS/TEMARIO

Tema 1. Economía y Empresa

Tema 2. Concepto y tipos de Empresa

Tema 3. Análisis de mercado, industria y negocio

Tema 4. El proceso de dirección y administración de empresa y sus recursos

Tema 5. La planificación y la toma de decisiones

Tema 6. Organización de la empresa

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes:

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Número de horas	Presencialidad (%)
Lección magistral participativa	28	100%
Clases prácticas: Resolución de problemas	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Evaluación	4	100%
Tutorías	10	25%
Trabajo autónomo	74	0%
TOTAL	150	

Evaluación

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portafolio*	40 %
<i>Resolución de problemas:</i> 20% Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen. <i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i> 10% Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la administración de la empresa que sean solicitados por el profesor. <i>Otras actividades de evaluación continua:</i> 10%	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Pruebas objetivas*	60 %
Evaluación de las pruebas	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La eventual falta de honestidad académica por parte del estudiante será sancionada de acuerdo a lo establecido en la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir las actividades evaluativas que no haya superado en la convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de “Suspenso” o “No presentado”.

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de “Matrícula de Honor” se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta **la consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

Bibliografía

Básica

- Aguirre, A. (1995). *Fundamentos de Economía y Administración de Empresas*. Pirámide.
- Bueno, E. (2008). *Curso básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización*. Pirámide.
- Castillo, A.M. (2003). *Introducción a la Economía y Administración de Empresas*. Pirámide.
- Pérez Gorostegui, E. (2010) *Fundamentos de Economía de la Empresa*. Ed. Areces

Fundamentos del Marketing

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11_1GrADE_FT-ES_105
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Obligatoria
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Primero
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Fundamentos del Marketing se introducen algunos conceptos básicos del marketing, así como los componentes del marketing mix de las organizaciones. El alumno sabrá identificar, analizar y evaluar las decisiones de las empresas respecto a su política de producto, precio, distribución y comunicación.

COMPETENCIAS BÁSICAS

C.B.1.- 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

C.B.2.- 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.

C.B.3.- 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.

C.B.4.- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

C.B.5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

C.G.1. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio.

C.G.2. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio.

C.G.3. Conocer y aplicar herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales.

C.G.4. Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

C.T.2. Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

C.T.3. Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad.

C.T.4. Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.10. Habilidad para diseñar acciones de marketing para dar respuesta a las necesidades del mercado y del consumidor.

C.E.11. Habilidad para diseñar políticas comerciales y de ventas adaptadas a los objetivos de la organización.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

R.A.3. Saber cuál es el alcance del marketing.

R.A.4. Identificar, analizar y evaluar decisiones de las empresas respecto al marketing mix.

Contenidos/temario

Tema 1. Introducción al marketing

Tema 2. Decisiones sobre producto

Tema 3. Decisiones sobre precio

Tema 4. Decisiones sobre distribución

Tema 5. Decisiones sobre comunicación

Metodologías docentes

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes:

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Número de horas	Presencialidad (%)
Lección magistral participativa	28	100%
Clases prácticas: Resolución de problemas	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Tutorías	10	25%
Revisión de documentos	37	0%
Trabajo autónomo	37	0%
Evaluación	4	100%
TOTAL	150	

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portafolio	60 %
<i>Resolución de problemas:</i> 20% Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen <i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i> 30 % Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la economía y/o las empresas que sean solicitados por el profesor. <i>Otras actividades de evaluación continua</i> 10%	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Pruebas objetivas*	40 %
Evaluación de las pruebas	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La eventual falta de honestidad académica por parte del estudiante será sancionada de acuerdo a lo establecido en la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir las actividades evaluativas que no haya superado en la convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de "Suspenso" o "No presentado".

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de "Matrícula de Honor" se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta **la consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

Bibliografía

Básica

- Kotler, P., Armstrong, G., Gay, M. G. M., & Cantú, R. G. C. (2017). *Fundamentos de marketing*. Editorial: Pearson Universidad.

Complementaria

- Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Editorial Pearson Universidad.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad*. LID Editorial.
- De Vicuña Ancín, J. M. S. (2021). *El plan de marketing digital en la práctica*. ESIC editorial.

- Kotler, P. (2005). Las preguntas más frecuentes sobre marketing. Editorial Norma.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11_1GrADE_FT-ES_103
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Básica
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Primero
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Introducción a la Economía se establecen los conceptos básicos de economía que serán posteriormente ampliados en las asignaturas de microeconomía y macroeconomía. El alumno podrá aprender cómo toman las decisiones los agentes económicos y cuáles son los aspectos fundamentales del funcionamiento de la economía y de los mercados.

COMPETENCIAS BÁSICAS

C.B.1.- 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

C.B.2.- 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.

C.B.3. 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.

C.B.4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

C.B.5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

C.G.1. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT3: Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad.

CT4: Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.2.- Habilidad para identificar las variables del entorno económico y su impacto en el funcionamiento empresarial

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

RA1 – Conocer las funciones de oferta y demanda con cada una de sus variables, así como el equilibrio del mercado.

RA2 – Conocer el comportamiento de las empresas competitivas a corto y largo plazo.

RA3 – Conocer los objetivos macroeconómicos y sus implicaciones sociales.

CONTENIDOS/TEMARIO

Tema 1. Conceptos básicos de economía

Tema 2. Los agentes económicos

Tema 3. Una aproximación global al funcionamiento de la economía

Tema 4. El funcionamiento del mercado

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes:

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Número de horas	Presencialidad (%)
Lección magistral participativa	28	100%
Clases prácticas: Resolución de problemas	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Evaluación	4	100%
Tutorías	10	25%
Trabajo autónomo	74	0%
TOTAL	150	

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portafolio*	40 %

<i>Resolución de problemas:</i> 20%	
Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen	
<i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i> 10%	
Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la economía que sean solicitados por el profesor.	
<i>Otras actividades de evaluación continua:</i> 10%	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Pruebas objetivas*	60 %
Evaluación de las pruebas	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La eventual falta de honestidad académica por parte del estudiante será sancionada de acuerdo a lo establecido en la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir las actividades evaluativas que no haya superado en la convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de "Suspenso" o "No presentado".

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de "Matrícula de Honor" se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta la **consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

Bibliografía

Básica

- MANKIW, N.G. (2012). *Principios de Economía*. Editorial Paraninfo
- KRUGMAN, P.R., WELLS, R., GRADY, K. (2015). *Fundamentos de Economía*. Editorial Reverte.

Complementaria

- MOCHON, F. (2010). *Principios de Economía*. McGraw-Hill.

Páginas Web

- EUROSTAT www.europa.eu.int/eurostat.html
- FEDEA (Fundación de Estudios de Economía Aplicada) www.fedea.es
- Instituto de Estudios Económicos www.ieemadrid.com
- Instituto de Estudios Fiscales www.ief.es
- Instituto Nacional de Estadística (INE) www.ine.es
- Ministerio de Economía y Competitividad www.mineco.gob.es
- Ministerio de Hacienda y Administraciones públicas www.minhap.gob.es
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo www.minetur.gob.es
- OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico)
- www.oecd.org

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11_1GrADE_FT-ES_110
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Obligatoria
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Segundo
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Comportamiento del Consumidor se estudian los principios básicos de la conducta del mismo, así como las variables internas y externas que determinan su comportamiento de compra. El alumno conocerá el proceso de decisión de compra y post compra, así como las características fundamentales del consumidor en la era digital.

COMPETENCIAS BÁSICAS

C.B.1.- 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

C.B.2.- 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.

C.B.3.- 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.

C.B.4.- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

C.B.5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

C.G.1. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio.

C.G.3. Conocer y aplicar herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales

C.G.4. Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

C.T.2. Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

C.T.3. Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad.

C.T.4. Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.10. Habilidad para diseñar acciones de marketing para dar respuesta a las necesidades del mercado y del consumidor.

C.E.11. Habilidad para diseñar políticas comerciales y de ventas adaptadas a los objetivos de la organización.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

R.A.1. Identificar las variables internas y externas que influyen en el comportamiento de compra.

R.A.2. Comprender el proceso de decisión de compra y post compra.

CONTENIDOS/TEMARIO

Tema 1. Introducción al comportamiento del consumidor

Tema 2. Variables internas que influyen en el comportamiento de compra

Tema 3. Variables externas que influyen en el comportamiento de compra

Tema 4. El proceso de decisión de compra y post-compra

Tema 5. El consumidor en la era digital

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes :

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Número de horas	Presencialidad (%)
Lección magistral participativa	28	100%
Clases prácticas: Resolución de problemas	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Tutorías	10	25%
Revisión de documentos	37	0%
Trabajo autónomo	37	0%
Evaluación	4	100%
TOTAL	150	

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portafolio	60 %
<i>Resolución de problemas:</i> 20% Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen.	
<i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i> 30% Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la economía y/o las empresas que sean solicitados por el profesor.	
<i>Otras actividades de evaluación continua:</i> 10%	
	Ponderación
Pruebas objetivas* Evaluación de las pruebas	40 %

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La nota final se calculará utilizando la ponderación antes descrita, excepto en el caso de no superación de al menos uno de los dos apartados. En este último caso, la nota final será la nota más baja entre las actividades de evaluación continua y las pruebas objetivas.

Para las sanciones asociadas a la falta de honestidad académica se aplicará la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes. En particular, la utilización de contenido de autoría ajena al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. En caso de coincidencia superior al 15% -reproducir información de fuentes sin citarlas convenientemente-, la sanción será un suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. En caso de comportamiento reiterado, la penalización será un suspenso (0) en la asignatura y pérdida de la convocatoria en la que ha ocurrido la falta, además de la decisión que tome el comité disciplinario por ser falta muy grave. Asimismo, el uso de medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir las actividades evaluativas que no haya superado en la convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de "Suspenso" o "No presentado".

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de "Matrícula de Honor" se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta la **consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Alonso J. y Grande I. (2015). *Comportamiento del Consumidor*. Editorial ESIC.
- Schiffman L.G. y Kanuk, L.L. (2005). *Comportamiento del Consumidor* Editorial Prentice Hall.
- Underhill, P. (2006). Por qué compramos. *La ciencia del shopping*, Editorial Gestión 2000.
- George Ritzer G. (2000). *El encanto de un mundo desencantado. La Revolución de los Medios de Consumo* Editorial: Ariel.
- **Complementaria**
- Solomón, M.R. (2017) *Comportamiento del consumidor* Pearson.
- Ruiz, S. y Alonso, J. (2013). *Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor*.
- Schmitt, B. (2004). *Customer Experience Management (CEM): Cómo optimizar la gestión de la experiencia del cliente*. Editorial McGraw-Hill.
- Martínez, J. (2021). *Neuroinsights: La neurociencia, el consumidor y las marcas*. Editorial ESIC.
- Yágüez, E. Merino, M.J. (2021). *De la emoción a la compra. Por qué y cómo compramos*. Editorial ESIC.

Webs de interés

Comportamiento del consumidor y marketing

<https://global.nielsen.com/es/insights/>

<https://www.kantar.com/es/inspiracion>

<https://blog.hubspot.es/>

<https://summa.es/blog/>

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing>

<https://hotmart.com/es/blog>

<https://www.genwords.com/blog/>

Psicología del consumidor

<https://psicologiadelconsumo.wordpress.com/>

<https://psicoblogurl.wordpress.com/>

<https://gestion.pe/blog/marcasymentes/>

Neuromarketing

<https://neuromarca.com/>

<https://neuromarketing.la/>

<http://brainandmarketing.blogspot.com/>

<https://neuromarketingspain.blogspot.com/>

<http://psicologiaymarketing.com/>

<https://www.neurosciencemarketing.com/blog/home#>

<https://speakingofbrilliance.com/>

<https://walnutunlimited.com/our-thoughts/>

<https://neurosciencenews.com/neuroscience-terms/neuromarketing/>

Contabilidad Financiera I

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11_1GrADE_FT-ES_106
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Básica
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Segundo
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Contabilidad Financiera I se analizan los principios de planificación y normalización contable. El alumno podrá aprender cual es el marco conceptual de la información económico-financiera en base al Plan general Contable. Se estudian las cuentas anuales de las organizaciones, su ciclo contable y cómo se registran contablemente determinadas operaciones de las organizaciones.

COMPETENCIAS BÁSICAS

C.B.1.- 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

C.B.2.- 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.

C.B.3.- 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.

C.B.4.- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

C.B.5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

C.G.1. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio

C.G.4. Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2: Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

CT3: Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad.

CT4: Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.1. Habilidad para aplicar los procedimientos necesarios en la planificación y normalización contable de la empresa.

C.E.16. Habilidad para valorar operaciones financieras y su impacto en la estrategia de la Empresa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

R.A.1. Identificar los hechos económicos que afectan al patrimonio de la empresa y aprender a registrar las operaciones diarias.

R.A.2. Registrar las fases del proceso contable que permiten a las empresas elaborar formalmente la contabilidad correspondiente a un ejercicio económico.

R.A.3. Calcular y reflejar contablemente el resultado alcanzado.

R.A.4. Estudiar, valorar y resolver las distintas operaciones relacionadas con las finanzas empresariales

CONTENIDOS/TEMARIO

Tema 1. La contabilidad. Planificación y normalización contable

Tema 2. El PGC: el marco conceptual de la información económico-financiera

Tema 3. Las cuentas anuales

Tema 4. El registro de las operaciones en la empresa

Tema 5. El ciclo contable

Tema 6. El registro contable de compras, gastos y las cuentas de acreedores y deudores

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes :

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

	Número de horas	Presencialidad (%)
Lección magistral participativa	28	100%
Clases prácticas: Resolución de problemas	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Evaluación	4	100%
Tutorías	10	25%
Trabajo autónomo	74	0%
TOTAL	150	

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portafolio*	40 %
<i>Resolución de problemas:</i> 20% Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen	
<i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i> 10% Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la administración de la empresa que sean solicitados por el profesor.	
<i>Otras actividades de evaluación continua:</i> 10%	
	Ponderación
Pruebas objetivas*	60 %
Evaluación de las pruebas	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La nota final se calculará utilizando la ponderación antes descrita, excepto en el caso de no superación de al menos uno de los dos apartados. En este último caso, la nota final será la nota más baja entre las actividades de evaluación continua y las pruebas objetivas.

Para las sanciones asociadas a la falta de honestidad académica se aplicará la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes. En particular, la utilización de contenido de autoría ajena al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. En caso de coincidencia superior al 15% -reproducir información de fuentes sin citarlas convenientemente-, la sanción será un suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. En caso de comportamiento reiterado, la penalización será un suspenso (0) en la asignatura y pérdida de la convocatoria en la que ha ocurrido la falta, además de la decisión que tome el comité disciplinario por ser falta muy grave. Asimismo, el uso de medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir las actividades evaluativas que no haya superado en la convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de "Suspenso" o "No presentado".

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de "Matrícula de Honor" se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta la consecución de los resultados de aprendizaje, con imparcialidad y objetividad.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Wanden-Berghe J.L., Fernández E. , Bañón C- Fernández S. anden-Berghe G. (2018). *Manual de Contabilidad Financiera I*. Editorial Pirámide.
- Wanden-Berghe J.L. , Blanco E., Fernández S., Fernández E., Candela C., Ruiz E., Serrano M.J. Verdú V. (2012). *Contabilidad Financiera II*. Editorial Pirámide.

Complementaria

- Cervera, M. González A. y Romano, J. (2012). *Contabilidad Financiera*. Editorial CEF.
- Gallego E, Vara, M. (2008). *Manual práctico de contabilidad financiera*. Ed. Pirámide.
- Montesinos V. (2009). *Introducción a la Contabilidad Financiera: Un enfoque internacional*. Editorial Ariel.
- Rivero, J. (2021). *Supuestos de Contabilidad Financiera*. Editorial Edisofer S.L.
- Plan General de Contabilidad.

Creatividad e Innovación en Nuevos Entornos

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11_1GrADE_FT-ES_109
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Obligatoria
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Segundo
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Creatividad e Innovación en Nuevos Entornos se analizan los aspectos fundamentales de la organización innovadora y la innovación disruptiva. El alumno aprenderá cómo la creatividad puede contribuir a solucionar problemas y a identificar necesidades, así como el uso de diversas técnicas para innovar y para diseñar y desarrollar nuevos productos y servicios.

COMPETENCIAS BÁSICAS

C.B.1.- 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

C.B.2.- 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.

C.B.3.- 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.

C.B.4.- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

C.B.5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

C.G.1. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio.

C.G.2. Conocer y aplicar técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto empresarial y de negocio

C.G.3. Conocer y aplicar herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales.

C.G.4. Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2. Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

CT3. Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad.

CT4. Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.8. Habilidad para aplicar los principios de creatividad e innovación en los procesos empresariales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

R.A.1. Desarrollar un nuevo producto o servicio aplicando metodologías innovadoras.

CONTENIDOS/TEMARIO

Tema 1. Características de la organización innovadora.

Tema 2. La innovación disruptiva.

Tema 3. La creatividad como solución a los problemas: identificación de necesidades y técnicas.

Tema 4. Metodologías para innovar: Design Thinking, Lean Startup, Forth Innovation Method.

Tema 5. El proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios.

Tema 6. La creatividad a partir de innovaciones tecnológicas.

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes :

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lección magistral participativa	14	100%
Seminarios	14	100%
Clases prácticas: Estudio de casos	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Tutorías	10	25%
Trabajo autónomo	74	0%
Evaluación	4	100%
TOTAL	150	

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portafolio *	60 %
<i>Resolución de problemas:</i> 20% Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen <i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i> 30% Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la economía y/o las empresas que sean solicitados por el profesor. <i>Otras actividades de evaluación continua</i> 10%	
	Ponderación
Pruebas objetivas*	40 %
Evaluación de las pruebas	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La nota final se calculará utilizando la ponderación antes descrita, excepto en el caso de no superación de al menos uno de los dos apartados. En este último caso, la nota final será la nota más baja entre las actividades de evaluación continua y las pruebas objetivas.

Para las sanciones asociadas a la falta de honestidad académica se aplicará la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes. En particular, la utilización de contenido de autoría ajena al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. En caso de coincidencia superior al 15% -reproducir información de fuentes sin citarlas convenientemente-, la sanción será un suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. En caso de comportamiento reiterado, la penalización será un suspenso (0) en la asignatura y pérdida de la convocatoria en la que ha ocurrido la falta, además de la decisión que tome el comité disciplinario por ser falta muy grave. Asimismo, el uso de medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir las actividades evaluativas que no haya superado en la convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de "Suspenso" o "No presentado".

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de "Matrícula de Honor" se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta **la consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Brown, T. (2018). *Design Thinking*. Editorial Harvard Business Review.
- Cornella, A. (2019). . *Ideas X Valor = Resultados. Como innovan los mejores*. Editorial Zero Factory
- Kelley, T., & Littman, J. (2005). *The ten faces of innovation: IDEO's strategies for beating the devil's advocate & driving creativity throughout your organization*. Editorial Currency

Complementaria

- Martin, R. (2009). *The design of business: why design thinking is the next competitive advantage*. Boston Mass.: Harvard Business Press.
- Michalko, M. (1991). *Thinker toys: Como desarrollar la creatividad en la empresa*. Editorial Gestión 2000.com

Introducción al Derecho

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11_1GrADE_FT-ES_108
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Básica
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Segundo
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Introducción al Derecho los alumnos adquirirán algunos de los fundamentos jurídicos del sistema económico español. También conocerán aspectos básicos relacionados con la responsabilidad civil del empresario y con adquisición y transmisión de la propiedad.

COMPETENCIAS BÁSICAS

C.B.1.- 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

C.B.2.- 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.

C.B.3. 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.

C.B.4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

C.B.5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

C.G.1. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio.

C.G.4. Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2: Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

CT4: Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.3. Habilidad para identificar las implicaciones legales de las decisiones empresariales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

R.A.1. Conocer los fundamentos jurídicos del sistema económico español

R.A.2 Conocer la responsabilidad civil del empresario

R.A.3. Obtener las nociones básicas de la adquisición y la transmisión de la propiedad

CONTENIDOS/TEMARIO

Tema 1. Derecho Patrimonial

Tema 2. Derecho de la persona

Tema 3. Teoría general del contrato y las obligaciones

Tema 4. La propiedad y otros derechos reales

Tema 5. Derecho de familia

Tema 6. Derecho de sucesiones

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes :

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lección magistral participativa	28	100%
Clases Prácticas: Discusión guiada	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Tutorías	10	25%
Revisión de documentos	37	0%
Trabajo autónomo	37	0%
Evaluación	4	100%
TOTAL	150	

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portafolio*	40 %
<i>Resolución de problemas:</i> 20 % Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen	
<i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i> 10 % Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la economía que sean solicitados por el profesor.	
<i>Otras actividades de evaluación continua:</i> 10 %	
	Ponderación
Pruebas objetivas*	60 %
Evaluación de las pruebas	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La nota final se calculará utilizando la ponderación antes descrita, excepto en el caso de no superación de al menos uno de los dos apartados. En este último caso, la nota final será la nota más baja entre las actividades de evaluación continua y las pruebas objetivas.

Para las sanciones asociadas a la falta de honestidad académica se aplicará la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes. En particular, la utilización de contenido de autoría ajena al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. En caso de coincidencia superior al 15% -reproducir información de fuentes sin citarlas convenientemente-, la sanción será un suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. En caso de comportamiento reiterado, la penalización será un suspenso (0) en la asignatura y pérdida de la convocatoria en la que ha ocurrido la falta, además de la decisión que tome el comité disciplinario por ser falta muy grave. Asimismo, el uso de medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir las actividades evaluativas que no haya superado en la convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de "Suspenso" o "No presentado".

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de "Matrícula de Honor" se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta **la consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

Bibliografía

Básica

- Font, A., Pérez, J.L. (2017). El derecho para no juristas. Editorial Ariel

Complementaria

- Nieto, A. (2019). Una introducción al derecho. Editorial Tirant lo Blanch.
- La Torre, A. (2012). Introducción al derecho. Editorial Ariel

Microeconomía

Datos de la asignatura	Asignatura	¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.
	Código Asignatura	11_1GrADE_FT-ES_107
	Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Básica
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Segundo
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

OBSERVACIONES

No procede.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Microeconomía se analizan los principios fundamentales de la conducta del consumidor y de la empresa, así como el funcionamiento de los mercados. El alumno aprenderá cómo toman los consumidores las decisiones en base a la asignación de sus recursos escasos, cómo son las funciones de producción y costes de las empresas y cómo se forman la oferta y la demanda en el mercado.

COMPETENCIAS BÁSICAS

C.B.1.- 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

C.B.2.- 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.

C.B.3.- 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.

C.B.4.- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

C.B.5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

C.G.1. Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio.

C.G.2. Conocer y aplicar técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto empresarial y de negocio.

C.G.3. Conocer y aplicar herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales.

C.G.4. Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

C.T.2. Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

C.T.3. Trabajar en entornos multiculturales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad.

C.T.4. Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.2.- Habilidad para identificar las variables del entorno económico y su impacto en el funcionamiento empresarial

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

R.A.1. Conocer las funciones de oferta y demanda con cada una de sus variables, así como el equilibrio del mercado.

R.A.2. Conocer el comportamiento de las empresas competitivas a corto y largo plazo.

Contenidos/temario

Tema 1. Concepto de microeconomía

Tema 2. Análisis de la oferta y la demanda

Tema 3. Elasticidades

Tema 4. Comportamiento del consumidor

Tema 5. Producción y costes

Metodologías docentes

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes :

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lección magistral participativa	28	100%
Clases prácticas: Estudio de casos	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Evaluación	4	100%
Tutorías	10	25%
Trabajo autónomo	74	0%

TOTAL	150	
--------------	------------	--

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), enfocado a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portafolio *	40 %
<i>Resolución de problemas:</i> 20 % Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen	
<i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i> 10 % Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la economía que sean solicitados por el profesor.	
<i>Otras actividades de evaluación continua</i> 10 %	
	Ponderación
Pruebas objetivas*	60 %
Evaluación de las pruebas	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portafolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La nota final se calculará utilizando la ponderación antes descrita, excepto en el caso de no superación de al menos uno de los dos apartados. En este último caso, la nota final será la nota más baja entre las actividades de evaluación continua y las pruebas objetivas.

Para las sanciones asociadas a la falta de honestidad académica se aplicará la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes. En particular, la utilización de contenido de autoría ajena al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. En caso de coincidencia superior al 15% -reproducir información de fuentes sin citarlas convenientemente-, la sanción será un suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. En caso de comportamiento reiterado, la penalización será un suspenso (0) en la asignatura y pérdida de la convocatoria en la que ha ocurrido la falta, además de la decisión que tome el comité disciplinario por ser falta muy grave. Asimismo, el uso de medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir las actividades evaluativas que no haya superado en la convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de "Suspenso" o "No presentado".

Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de “Matrícula de Honor” se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

El nivel de competencia en cada una de las actividades realizadas se medirá teniendo en cuenta la **consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Mankiw, N.G. (2012) *Principios de Economía*. Editorial Paraninfo
- Krugman, P. R., & Wells, R. (2006). *Microeconomía*. Editorial Reverté.

Complementaria

- Pindyck, R. S. & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomía*. Pearson Educación.