

Entorno Empresarial y Negociación

Datos de la asignatura	Asignatura	Entorno Empresarial y Negociación
	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

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 MÍNIMA (%)	PONDERACIÓN MÁXIMA (%)
Resolución problemas	10	30
Estudio de casos	10	30
Actividades de evaluación continua	0	10
Prueba o examen	50	50

***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.