

GUÍA DOCENTE

202177 - Organización
empresarial

Business organisation

Máster Universitario en Tecnologías de la Información
Geográfica

Universidad de Alcalá

Curso Académico 2023/2024
Curso 1º – Cuatrimestre 2º

GUÍA DOCENTE

| | |
|--------------------------------------|--|
| Nombre de la asignatura: | Organización Empresarial |
| Código: | 202177 |
| Titulación en la que se imparte: | Máster Universitario en Tecnologías de la Información Geográfica |
| Departamento y Área de Conocimiento: | Departamento: Economía y Dirección de Empresas Área: Organización de Empresas |
| Carácter: | Optativa |
| Créditos ECTS: | 3 |
| Curso y cuatrimestre: | Curso 1º – Cuatrimestre 2º |
| Profesorado: | Prof. Dña. Mª Teresa del Val. Prof. Juan Carlos López Otero |
| Horario de Tutoría: | La hora posterior a la clase |
| Idioma en el que se imparte: | Español, English friendly |

1. PRESENTACIÓN

El objetivo general de esta asignatura es transferir a los alumnos conocimiento relacionado con el desarrollo de una idea y su transformación en un proyecto empresarial para que en un futuro pueda servir para crear una empresa.

Teniendo en cuenta objetivos específicos, esta asignatura permite:

- Comprender los conceptos básicos de la organización empresarial y entender cómo se aplican en diferentes entornos empresariales.
- Identificar los diferentes tipos de organización empresarial.
- Analizar los procesos de planificación y toma de decisiones en una empresa.
- Evaluar los factores internos y externos que influyen en la organización empresarial, como la cultura empresarial, los recursos humanos, la tecnología y la competencia.
- Desarrollar habilidades para trabajar en equipo, liderazgo y resolución de problemas en el contexto empresarial.
- Familiarizarse con las herramientas y técnicas utilizadas en la organización empresarial, como la gestión de proyectos, la gestión de la calidad y la gestión del cambio.
- Aprender a comunicarse de manera efectiva y persuasiva en un entorno empresarial y a presentar información de manera clara y concisa.

Para alcanzar estos objetivos se desarrollarán prácticas, trabajos individuales y en grupo.

El instrumento de canalización de las distintas áreas que componen un proyecto empresarial

será un plan de negocios, sobre el cual se trabajará durante el curso.

Los resultados de aprendizaje esperados en el alumno con esta asignatura a través del desarrollo de este plan de negocio serán:

- Favorecer la capacidad emprendedora.
- Estudiar y desarrollar ideas de plan de negocio, su marco legal, los conceptos relacionados con la propiedad intelectual.
- Realizar análisis de viabilidad, plan de marketing, plan económico financiero, plan de actividad y de puesta en marcha.
- Definir hipótesis y escenarios de negocio.
- Realizar presentaciones del plan de negocio individualmente y por grupos.
- Comprender los principios de la organización empresarial y aplicarlos en un contexto empresarial específico.
- Identificar y analizar los diferentes tipos de organización empresarial y sus ventajas y desventajas en diferentes entornos empresariales.
- Evaluar y seleccionar estrategias de planificación y toma de decisiones apropiadas para abordar desafíos empresariales específicos.

2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Esta asignatura contribuye a adquirir las siguientes competencias:

Competencias específicas:

CE1 – Capacitar al alumno para enjuiciar la complejidad del entorno político, económico y societario nacional e internacional.

CE5 – Capacidad para diseñar el sistema de objetivos en función de las diferentes estrategias (como p. exportación directa, exportación indirecta. Fusiones, absorciones, crecimiento interno) para la sostenibilidad de la empresa.

CE7 - Capacitar al alumno a diseñar los ejes fundamentales del marketing basados en la generación de valor y gestión de relaciones con los clientes en entornos cambiantes. Capacitar al alumno para promover la innovación y creatividad en el diseño de estrategias y decisiones de marketing.

Competencias transversales:

CT1 - Capacidad para la resolución de problemas.

CT3 - Capacidad para trabajar en equipo.

CT4 - Trabajar en entornos de presión.

CT5 - Motivación por la calidad.

Competencias Genéricas:

CG1 - Adquirir las habilidades para defender puntos de vista económicos-empresariales.

CG3 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.

CG4 - Capacidad de tomar decisiones.

CG6 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

CG10 - Ser capaz de aplicar los conocimientos y competencias adquiridos a cualquier tipo de empresa, con independencia del tamaño, sector, o naturaleza de la misma.

CG11 - Desarrollar la creatividad, la capacidad de iniciativa, la autonomía personal y profesional y la cultura emprendedora.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información, que, siendo incompleta o limitada,

incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

3. CONTENIDOS

Con el objetivo de despertar el espíritu emprendedor, cada alumno, individual y/o colectivamente, desarrollará una idea empresarial con la disposición de llevarla a cabo en la vida empresarial real. Adecuando la idea, diseñando la empresa y buscando los recursos necesarios para ponerla en marcha en la sociedad actual.

- Módulo 1: Conceptos Básicos de la Empresa
- Módulo 2: Requisitos para crear una empresa
- Módulo 3: El Documento del plan de Negocios
- Módulo 4: Plan de Marketing y Análisis de Mercado
- Módulo 5: Fuentes de Financiación
- Módulo 6: Sistemas de Información y Comunicación
- Módulo 7: Estrategia de Negocios e Implementación
- Desarrollo Proyecto Empresarial con trabajos Individuales y en Grupo

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA, APRENDIZAJE y ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. Distribución de créditos (especificar en horas)

| | |
|--|-------------------|
| Número de horas presenciales: | 24 + 3h (pruebas) |
| Número de horas del trabajo propio del estudiante: | 51 h |
| Total horas | 75 h |

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

| | |
|-----------------------------|---|
| Clases presenciales | <ul style="list-style-type: none"> • Clases teóricas: se desarrollará los conceptos más importantes para la comprensión del tema. • Resolución de casos prácticos: Donde se aplicará los conceptos aprendidos. • Presentación de Informes y trabajos: el alumno tendrá que presentar a sus compañeros y al profesor informes y proyectos que haya realizado en casa. Para la presentación será necesario que utilice herramientas como Power Point y otros recursos que faciliten la misma. • Conferencias de directivos: durante el curso los profesores de la asignatura invitarán a diversos directivos de empresas relevantes que expondrán su punto de vista sobre diversos temas relacionados con el temario. • Debates sobre un tema propuesto: el profesor entregará la documentación necesaria para la preparación del debate y fijará una fecha para el mismo. El profesor será el moderador del debate. • Pruebas parciales: durante el curso el profesor propondrá diversas pruebas parciales para revisar la adquisición de conocimientos y la aplicación de los mismos. |
| Proyecto Empresarial | Desarrollo de un plan de negocio. |
| Trabajo autónomo | <ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Búsqueda de información • Realización de actividades: ejercicios, casos, informes, trabajos. |
| Examen | <ul style="list-style-type: none"> • Examen final teórico – práctico: al final del curso podrá haber un examen en el que el alumno tendrá que interrelacionar todos los conocimientos que ha aprendido, de esta manera se asegura que el conocimiento es transversal y que el alumno es capaz de relacionar los conceptos y |

aplicarlos. Podrá realizarse este examen mediante la exposición de trabajos durante el curso o de una sola vez al final del mismo dependiendo de la evolución de la clase.

5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación

El proceso de evaluación tiene por objetivo valorar el grado y profundidad de las competencias adquiridas por el alumno. En consecuencia, los criterios de evaluación que se apliquen en las diversas pruebas que forman parte del proceso, garantizarán que el alumno posee el nivel adecuado en los siguientes conocimientos y destrezas:

Convocatoria ordinaria.

El rendimiento de los alumnos será evaluado por su trabajo, conocimientos y destrezas adquiridas y la mejora de su proceso de aprendizaje, así como, en su caso con un examen final. La asistencia a clase es obligatoria. Los métodos a emplear serán:

| Procedimientos | Criterios Calificación (Peso) | Criterio de Evaluación |
|---|-------------------------------|---|
| Desarrollo y Presentación de trabajos individuales y/o en equipo. | 40 | <ul style="list-style-type: none"> Se Evaluará el Desarrollo y presentación en tiempo en forma de aquellos trabajos solicitados tanto a nivel individual como en grupo Se Valorará la originalidad y las aportaciones individuales en el desarrollo de los trabajos |
| Presencia en clase y participación. | 10 | <ul style="list-style-type: none"> Se Evaluará la participación y aportaciones personales en clase tanto en los proyectos propios como en los de los compañeros Se valorará la exposición de las experiencias individuales para el común de la clase |
| Liderazgo de Equipos. | 10 | <ul style="list-style-type: none"> Se Evaluará la capacidad de liderazgo e integración de los componentes del equipo. Se valorará la aportación individual en el grupo. |
| Examen / Trabajo Final. | 40 | <ul style="list-style-type: none"> Se Evaluará el conocimiento aprendido bien durante las presentaciones individuales o bien en un ejercicio escrito al final del curso, dependiendo de la evolución del curso. |

Evaluación Final

Los alumnos que eligen la EVALUACIÓN FINAL, serán evaluados mediante el examen final (ordinario o extraordinario) y deberán entregar un trabajo de Business Plan (plan de negocio de un proyecto empresarial factible, original y relativo a las áreas contempladas en el máster).

Convocatoria Extraordinaria

- a) Alumnos que habiendo superado la parte de trabajos no han logrado la nota necesaria en el examen deberán repetir dicho examen en la convocatoria extraordinaria y se guardará, si así lo desea el alumno el resto de sus notas de evaluación continuada para sumarlas al mismo.
- b) Alumnos en cualquier otra circunstancia diferente de la anterior: deberán realizar un examen final y entregar un trabajo que desarrolla un plan de negocios individual.

El sistema de calificación se ajustará al RD 1125/2003 por el cual se regula el sistema de créditos ECTS.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica

Los Módulos Desarrollados en Clase

Bibliografía Complementaria

Andrade, Sebastián (3 de octubre de 2012). «METODOLOGÍA CANVAS, UNA FORMA DE AGREGAR VALOR ASUS IDEAS DE NEGOCIOS»

El plan de negocios. Guías de Gestión de la Pequeña Empresa (Madrid: Díaz de Santos, 2007). Disponible en línea, en la Biblioteca de la UAH (Ebrary o e-libro).

BALANKO-DICKSON, G. *Cómo preparar un plan de negocios exitoso* (México: McGraw Hill, 2010). Disponible en línea, en la Biblioteca de la UAH (Ebrary o e-libro).

Covey, Stephen R. Los 7 Hábitos de La Gente Altamente Efectiva: Lecciones Magistrales Sobre El Cambio Personal. Barcelona, Paidós, 2011.

Clark, T., Osterwalder, A., & Yves Pigneur. (2012). Tu modelo de Negocio. DEUSTO.

Kaplan, Robert S. and David P. Norton, *The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action*, Boston, MA: Harvard Business School Press, 1996.

STETTNIUS, W.; D.R. WOOD; J.L. DOYLE and J.L. COLLEY. *Plan de negocio: cómo diseñarlo e implementarlo* (Profit: Barcelona, 2009). Disponible en línea, en la Biblioteca de la UAH (Ebrary o e-libro).

Tellez, G. A. (2013). Diseño y generación de un modelo de negocio mediante la herramienta Lean Canvas. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

VELASCO, F. *Aprender a elaborar un plan de negocio* (Barcelona: Paidós, 2007).

“Aprender a elaborar un Plan de Negocio”, Velasco, Felix. PAIDOS, Barcelona, 2007.-“El emprendedor visionario”, Allen, Marc. Empresa Activa, Barcelona, 2002.

W Chan Kim, & Renée Mauborgne. (2008). *La Estrategia del océano azul: cómo crear en el mercado espacios no disputados en los que la competencia sea irrelevante*. Verticales De Bolsillo.

“El libro Negro del Emprendedor”, Trías de Bes, Fernando. Empresa Activa, Barcelona, 2007.

BORSTEIN, D. *Cómo cambiar el mundo: los emprendedores sociales y las nuevas ideas* (Madrid: Debate, 2005)

GIL ESTALLO, M.A. y GINER DE LA FUENTE, F. *Cómo crear y hacer funcionar una empresa* (Madrid: ESIC, 9ª ed., 2013).

GUTIERREZ CARMONA, J. *Modelos financieros con Excel: herramientas para mejorar la toma de decisiones empresariales* (Bogotá: Ecoe, 2ª ed., 2008). Disponible en línea, en la Biblioteca de la UAH (Ebrary o e-libro).

JÍMENEZ QUINTERO, J.A. (coord.) *Creación de empresas. Tomo I: Tipología de empresas y viabilidad estratégica. Tomo 2: Viabilidad estratégica en la práctica* (Madrid: Pirámide, 2012)

NUENO, P. *Emprendiendo hacia el año 2010* (Barcelona, Deusto).

RÍO DELGADO, A. y MANZANO SOTO, N. *Guía de financiación para emprendedores* (Madrid: Dykinson, 2012).

SEPÚLVEDA GUTIÉRREZ, P.H. *¿Qué debo saber de finanzas para crear mi propia empresa?* (Barcelona: Marcombo, 2004). Disponible en línea, en la Biblioteca de la UAH (Ebrary o e-libro)

TRIAS DE BES, F. *El libro negro del emprendedor. No digas que nunca te lo dijeron* (Barcelona: Empresa Activa, 2007).

NOTA: Se puede acceder al repositorio de e-libro desde un ordenador de la UAH o conectado por VPN a la misma, en la dirección de internet:

<http://site.ebrary.com/lib/bibalcala/home.action>