



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Facultad de Comercio y Turismo

ECONOMIA DE LA  
EMPRESA I  
CÓDIGO 204

**Diplomatura de Ciencias Empresariales**



## **PARTE I. FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE EMPRESA**

- Tema 1. Introducción a la empresa
- Tema 2. Análisis económico de la empresa
- Tema 3. Evolución del pensamiento administrativo
- Tema 4. El entorno de la empresa
- Tema 5. Los objetivos empresariales

## **PARTE II. DIRECCION DE EMPRESAS**

- Tema 6. La función directiva
- Tema 7. Planificación, control y sistemas de información
- Tema 8. La dirección estratégica de la empresa
- Tema 9. Estrategias competitivas
- Tema 10. Estrategias de desarrollo

## **PARTE III. LA FUNCION COMERCIAL**

- Tema 11. El sistema comercial
- Tema 12. Decisiones del área comercial: producto y precio
- Tema 13. Decisiones del área comercial: promoción y distribución.

## **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

Bueno Campos, E. (2001), *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Pirámide, 4ª edición.

Cuervo García, A. (2004), *Introducción a la administración de empresas*. Cívitas, 5ª edición.

Guerras Martín, L.A.; Navas López, J.E. (2007), *La Dirección estratégica de la empresa: teoría y aplicaciones*. Cívitas, 4ª edición.



FACULTAD DE  
COMERCIO Y TURISMO

<b>Titulación:</b> DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES			
<b>Departamento:</b> ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS			
<b>Nombre de la Asignatura:</b> ECONOMÍA DE LA EMPRESA I		<b>Código:</b> 204	<b>Tipo:</b> Troncal
<b>Ciclo:</b> 1º	<b>Curso:</b> 1º	<b>Periodo impartición:</b> Primer semestre	<b>Créditos ECTS:</b> 6
<b>Horas semanales:</b> 4		<b>Teoría:</b> 2	<b>Práctica:</b> 2
<b>Nombre de los profesores que imparten la asignatura:</b> Isabel Diez Vial (grupo A) Pablo Blasco Bocigas (grupos B, D) Francisco Pérez Villacastín (grupo C) Lourdes Susaeta Erburu (grupo E) Inés Duque Díaz (grupo F) Antonio M. García Martín (grupos G, H)			
<b>Objetivos:</b> El objetivo general de la asignatura es iniciar a los alumnos de la diplomatura al estudio de los fundamentos de la economía de la empresa, las principales decisiones empresariales y el análisis del área funcional de marketing. Para ello, se persiguen los siguientes objetivos más específicos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entender los aspectos generales relativos a la realidad actual de la empresa, su función en la economía, sus tipos, objetivos y evolución.</li> <li>- Identificar las funciones de los directivos, de modo que se describan las funciones y niveles directivos al tiempo que se profundiza en las decisiones más estratégicas.</li> <li>- Introducir los aspectos básicos del marketing, explicando los conceptos, técnicas y procedimientos asociados al ámbito comercial de la empresa.</li> </ul>			
<b>Competencias o destrezas que se van a adquirir:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprensión del papel desarrollado por la empresa en la economía</li> <li>- Capacidad para identificar y distinguir diferentes tipos de decisiones empresariales</li> <li>- Habilidad para buscar e interpretar información procedente de ámbitos diversos</li> <li>- Visión interna de la empresa y la función de la dirección</li> <li>- Entendimiento de las principales herramientas de marketing</li> <li>- Capacidad de crítica y análisis</li> <li>- Capacidad para trabajar en equipo</li> </ul>			
<b>Prerrequisitos para cursar la asignatura:</b> Ninguno			
<b>Contenido:</b> Esta asignatura se compone de tres partes. En la primera se recogen los fundamentos de la empresa: tipos de empresa, análisis económico, evolución del pensamiento administrativo, el entorno de la empresa y los objetivos empresariales. La segunda parte se orienta al estudio de la función directiva: características, descripción de las funciones directivas, estudio de la dirección estratégica y los tipos de decisiones estratégicas. La última parte es una introducción al área de marketing: el sistema comercial y las decisiones de precio, producto, promoción y distribución.			
<b>Bibliografía básica recomendada:</b> Bueno Campos, E. (2001), <i>Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización</i> . Pirámide, 4ª edición. Cuervo García, A. (2004), <i>Introducción a la administración de empresas</i> . Cívitas, 5ª edición. Guerras Martín, L.A.; Navas López, J.E. (2007), <i>La Dirección estratégica de la empresa: teoría y aplicaciones</i> . Cívitas, 4ª edición.			
<b>Método docente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lección magistral con soporte de material didáctico para los alumnos</li> <li>- Comentarios de artículos</li> <li>- Presentación de trabajos de los alumnos</li> </ul>			
<b>Tipo de evaluación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de examen</li> <li>- Presentación de trabajos</li> <li>- Participación activa en el aula</li> </ul>			

