



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN COMERCIO

Asignatura	Organización de Empresas	Código	801924
Módulo	Formación Básica	Materia	Empresa
Carácter	Básica		
Créditos	6	Presenciales	3
		No presenciales	3
Curso	Primero	Semestre	Primero

Departamento Responsable	Organización de Empresas y Marketing
Coordinador/a	Correo electrónico
Ver listado de Coordinadores	




SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

(debe trasladarse la información que corresponde a la asignatura dentro del apartado de la memoria "contenidos")

Estudio de los conceptos básicos de la organización de empresas donde se identifican las áreas funcionales de la misma, así como las decisiones más relevantes que se adoptan en cada una de ellas. Igualmente, se presentan los aspectos claves para el diseño de una estructura organizativa, así como los modelos estructurales básicos y el concepto de cultura organizativa.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS *(opcional)*

OBJETIVOS FORMATIVOS		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE <i>(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)</i>		
<ul style="list-style-type: none"> • Sabrán identificar los factores claves de la organización de la empresa. • Serán capaces de intervenir para alcanzar la máxima eficiencia y eficacia en una organización. • Podrán gestionar los diversos procesos y operaciones de una empresa en su actividad. 		
COMPETENCIAS <i>(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)</i>		
Generales		
CG1 - Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial		
CG5 - Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales		
Específicas:		
CE4 - Ser capaces de distinguir los elementos integrantes de la empresa desde una perspectiva de sistema para conocer su organización y la interrelación de estos elementos, así como la creación de nuevas empresas, con el fin de identificar los factores clave y poder intervenir para alcanzar la máxima eficiencia y eficacia e dicha organización aplicando los principios de responsabilidad social.		
CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)		
Capítulo 1. La empresa Capítulo 2. El empresario y la dirección de la empresa Capítulo 3. La estrategia de la empresa Capítulo 4. La organización de la empresa Capítulo 5. La dirección de personas Capítulo 6. La dirección de las operaciones Capítulo 7. La dirección comercial Capítulo 8. La dirección financiera		 FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
ACTIVIDADES DOCENTES	% DEL TOTAL DE CRÉDITOS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	42%	100
Trabajo guiado	8%	50
Trabajo autónomo del/la alumno/a	25%	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	17%	0
Otras actividades	8%	60
EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN <i>(deben trasladarse los ítems de evaluación que aparecen en la memoria verificada con las ponderaciones que se</i>		
		Participación en la Nota Final

<i>Hay que aprobarlo para cada asignatura</i>	
Pruebas orales y/o escritas	60
Presentaciones	20
Trabajo e informes	20

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
MARTÍN DE CASTRO, G.; MONTORO SÁNCHEZ, M.A.; DÍEZ VIAL, I (2016), Fundamentos de administración de empresas, Thomson-Cívitas, Madrid. Tercera Edición.
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Idioma en que se imparte
Castellano
Otra información (opcional)

