

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Ingeniería de la Organización Industrial		
Plan BOE:	BOE número 75 de 28 de marzo de 2012		
Asignatura:	Organización de Empresas		
Módulo:	Fundamentos de Administración de Empresas y Economía		
Curso:	4º	Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Obligatoria	Tipo de formación:	Teórica y Práctica

Presentación

La importancia de esta asignatura radica en que con la formación proporcionada el estudiante va a adquirir el conocimiento y desarrollar las habilidades para dirigir y administrar las principales áreas funcionales de la empresa y los aspectos más directamente relacionados con el desarrollo de la empresa como organización.

Resultados del aprendizaje

- Comprensión de temas de empresa.
- Conoce la empresa como sistema y el entorno.
- Conoce los métodos de Dirección de Empresas.
- Sabe determinar cuál debe ser la misión de una empresa.
- Sabe concluir cuál debe ser la visión de la empresa.
- Diseña y modela organizaciones.
- Modela procesos y proyectos en la empresa.
- Conoce la cadena de valor.
- Conoce los tipos de planificación existentes en la empresa en función del tiempo objetivo, y su aplicación.
- Identifica las relaciones entre áreas funcionales de la empresa.
- Identifica nuevas líneas de negocio de la empresa.
- Conoce las características de los canales de comercialización de los productos/servicios.
- Conoce los requisitos y pasos a seguir para crear una empresa.

Contenidos Didácticos

1. La empresa como organización: los sistemas funcionales.
 - 1.1. Introducción conceptual: enfoques principales
 - 1.2. La empresa como sistema: análisis de los sistemas empresariales
 - 1.3. Concepto básico de empresa como organización: sistema socio-técnico abierto.
 - 1.4. Concepto y elementos de la estructura organizativa de la empresa.
 - 1.5. Análisis organizativo de los sistemas funcionales de la empresa.

2. El sistema de dirección y organización: principios y modelos organizativos
 - 2.1. Introducción: concepto y estructura del sistema directivo
 - 2.2. El proceso de dirección de la empresa
 - 2.3. La función organizativa: estructura y comportamiento
 - 2.4. Principios básicos de diseño organizativo
 - 2.5. Modelos básicos de organización
 - 2.5.1. El modelo lineal
 - 2.5.2. El modelo funcional
 - 2.5.3. El modelo adhocrático
 - 2.5.4. El modelo lineo-funcional
 - 2.5.5. El modelo divisional
 - 2.5.6. El modelo matricial
 - 2.5.7. El modelo colegial
 - 2.5.8. El modelo federal
 - 2.5.9. El modelo en trébol
 - 2.5.10. El modelo en red
3. Análisis económico del sistema técnico de la empresa
 - 3.1. Concepto y estructura del sistema técnico
 - 3.2. Funciones del ciclo de capital y del ciclo de explotación
 - 3.3. Concepto de inversión y sus clases
 4. Análisis temporal de proyectos de inversión: criterios básicos de selección
 - 4.1. Criterio de plazo de recuperación o pay back
 - 4.2. Criterio del valor actual neto
 - 4.3. Criterio de la tasa interna de rendimiento
4. El sistema de financiación de la empresa
 - 4.1. Introducción
 - 4.2. El sistema financiero: estructura y tipología de mercados financieros
 - 4.2.1. Sistemas financieros basados en el mercado
 - 4.2.2. Sistemas financieros basados en el crédito
 - 4.2.3. Unidades excedentarias y deficitarias
 - 4.2.4. El sistema crediticio
5. El sistema de producción de la empresa
 - 5.1. Concepto y estructura del sistema de producción: dirección de operaciones
 - 5.2. Clases de sistemas de producción: diseño del proceso
 - 5.2.1. Clases de procesos de producción
 - 5.2.2. Diseño básico del sistema de producción
 - 5.2.3. Los costes de producción
 - 5.3. Modelos y técnicas básicas de planificación de la producción
 - 5.3.1. Programación de la producción
 - 5.3.2. Gestión de inventarios y de la capacidad productiva
 - 5.4. La flexibilidad de la producción: sistemas flexibles de fabricación y de gestión de inventarios
 - 5.5. Gestión y control de calidad: el concepto de calidad total
6. El sistema de comercialización de la empresa
 - 6.1. Concepto y estructura del sistema de comercialización: dirección del marketing
 - 6.2. La investigación del mercado: criterios de segmentación
 - 6.3. Decisiones comerciales: el marketing-mix
 - 6.4. El producto como variable de marketing
 - 6.5. Distribución y función de ventas

- 7. El sistema de distribución o logístico de la empresa
 - 7.1. Introducción: importancia de la logística
 - 7.2. El sistema de distribución o logístico de la empresa: concepto y marco de actuación
 - 7.2.1. Almacenamiento y transporte interno
 - 7.2.2. Integración de la cadena de suministro
 - 7.2.3. Las tecnologías de la información y las comunicaciones en el contexto logístico
 - 7.2.4. Distribución y transporte externo
 - 7.3. Organización y gestión de la logística
 - 7.4. Logística de la distribución
 - 7.5. Perspectivas de gestión dentro del marco «coste-servicio-plazo»
 - 7.5.1. La perspectiva logística en virtud del ciclo de vida del producto
 - 7.5.2. La perspectiva logística asociada a la cadena de suministro
 - 7.5.3. La perspectiva logística de operación ajustada versus ágil
 - 7.6. La logística como motor de competitividad

- 8. El factor humano en el desarrollo organizativo
 - 8.1. Introducción
 - 8.2. El factor humano
 - 8.3. Áreas de la dirección de recursos humanos
 - 8.3.1. Definición de la estrategia sobre recursos humanos
 - 8.3.2. Planificación de los recursos humanos
 - 8.3.3. La organización y valoración de puestos de trabajo
 - 8.3.4. Contratación, mantenimiento y desarrollo de los recursos humanos
 - 8.3.5. Relaciones industriales o laborales
 - 8.3.6. Gestión administrativa de personal
 - 8.4. La motivación
 - 8.5. La dirección por competencias
 - 8.5.1. Tipos de competencias
 - 8.5.2. Niveles de las competencias
 - 8.5.3. Impacto de las competencias en las políticas de la empresa

- 9. Tamaño, concentración y crecimiento de la empresa
 - 9.1. Introducción: concepto de tamaño y crecimiento de la empresa
 - 9.2. La medida del tamaño y dimensión óptima de la empresa
 - 9.3. Concepto y medida de la concentración empresarial
 - 9.4. Factores determinantes de la concentración de empresas
 - 9.5. Formas de unión y asociación de empresas
 - 9.6. El crecimiento como objetivo de la empresa

- 10. Internacionalización de la empresa
 - 10.1. Introducción: la decisión de invertir en el exterior
 - 10.2. Factores determinantes de la internacionalización de la empresa
 - 10.2.1. Saturación del mercado interno del país de origen
 - 10.2.2. Enfrentamiento a nuevos mercados procedentes del exterior
 - 10.2.3. Búsqueda de mercados menos competitivos o en una etapa diferente del ciclo de vida del producto y/o servicio
 - 10.2.4. Aparición de nuevos mercados sumamente atractivos
 - 10.2.5. Incentivos gubernamentales y déficit comercial
 - 10.2.6. Búsqueda de mercados más amplios sobre los que aprovechar las economías de escala
 - 10.2.7. Diversificación del riesgo de operar en un mismo mercado
 - 10.2.8. Seguimiento a un importante cliente en su aventura internacional

- 10.2.9. Búsqueda de fácil acceso a avances tecnológicos y materias primas
- 10.2.10. Vocación internacional de sus directivos
- 10.3. El proceso de internacionalización
- 10.4. Riesgos e inconvenientes asociados a la internacionalización de la empresa
- 10.5. La empresa multinacional
- Anexo. Casos de principales empresas españolas internacionalizadas

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Resolución de problemas.
- Elaboración de diversos planes o estructuras organizativas de empresas.
- Valorar el efecto de la formación sobre las intenciones emprendedoras del alumno.

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
TOTAL	100%

Bibliografía

- Bueno, E. (2014). *Introducción a la Organización de la Empresa*. Madrid: Ed. Udima.