

GUÍA DOCENTE 2026-2027

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:		Organización de Empresas			
PLAN ESTUDIOS:		DE	Grado en Psicología		
FACULTAD:		Facultad de Ciencias de la Salud			
CARÁCTER ASIGNATURA:		DE	LA	Optativa	
ECTS:		6			
CURSO:		Tercero			
SEMESTRE:		Primero			
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:		Castellano			
PROFESORADO:		Juan Luis Vidal Mazón / José Villaverde			
DIRECCIÓN ELECTRÓNICO:		DE		CORREO	juanluis.vidal@uneatlantico.es jose.villaverde@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No existen requisitos previos para cursar esta materia.
CONTENIDOS:
TEMA 1 INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA 1.0 Introducción al concepto de economía 1.1 Conceptos esenciales 1.2 Clases de empresas

1.3 La empresa desde el punto de vista macroeconómico. La creación de valor en la empresa

1.4 Perspectiva histórica de la moderna empresa

1.5 La naturaleza de la empresa. Del mercado a la jerarquía.

TEMA 2 – EL PROCESO DE ADMINISTRACIÓN EN LA EMPRESA. CONCEPTOS BÁSICOS Y CUESTIONES ACTUALES

2.1 Concepto de propiedad, dirección y gobierno de empresa

2.2 La gestión de la cultura organizacional

2.3 La gestión de la globalización

2.4 La gestión de la diversidad

TEMA 3 – EL PROCESO DE DIRECCIÓN EN LA EMPRESA – LAS 4 FUNCIONES DIRECTIVAS

3.1 El proceso de planificación.

3.2 Concepto de organización

3.3. La gestión de personas

3.4. El proceso de control

TEMA 4 ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA - Parte I

4.1 Concepto de coste

4.2 Distinción entre gasto, coste, inversión y pago

4.3 La estructura del coste

4.4 Las curvas de coste a corto plazo

4.5 Punto muerto o umbral de rentabilidad de la empresa

4.6 El Periodo Medio de Maduración

4.7 El fondo de maniobra

4.8 Concepto de inversión

4.9 El valor del dinero en el tiempo

4.10 La evaluación de proyectos de inversión

TEMA 5 ESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA - Parte II

5.1 Coste de capital

5.2 El coste del capital ajeno o endeudamiento a largo plazo

5.3 El coste de la financiación ajena a corto plazo

5.4 El coste del capital en acciones

5.5 El coste de la autofinanciación

5.6 El coste del capital medio ponderado

5.7 La medida de la rentabilidad

5.8 La medida del riesgo

TEMA 6- ÁREA COMERCIAL: EL MARKETING DENTRO DE LA EMPRESA

6.1 Introducción. Dimensiones del Marketing

6.2 El análisis externo

6.3 El análisis interno

6.4 Diagnóstico de la Situación

6.5 El análisis DAFO

6.6 Los objetivos estratégicos del Marketing

6.7 Estrategia de cartera

6.8 El enfoque STP

6.8.4 Posicionamiento

6.9 Estrategia de fidelización

TEMA 7 – RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

7.1 Ética en los negocios

7.2 Sistemas éticos

7.3 Factores que influyen en la ética gerencial

7.4 Herramientas que potencian la ética

7.5 Grupos de interés

7.6 Responsabilidad social corporativa

TEMA 8- LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

8.1 La gestión de los recursos humanos y la estrategia de negocio

8.2 Análisis de puestos de trabajo

8.3 La contratación

8.4 Manteniendo el talento a lo largo del tiempo: planificación de carreras

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

RAK1-Comprender la evolución de la Psicología como ciencia y los diferentes enfoques y teorías que han contribuido a su desarrollo.

- Identificar la evolución de los modelos de gestión organizacional reconociendo el impacto que tienen los procesos sociopsicológicos en el desempeño individual y de equipo y en la efectividad organizacional, así como la importancia de los recursos humanos para la consecución de las estrategias.

RESULTADOS PROPIOS DE LA ASIGNATURA:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

Habilidades o destrezas:

- Analizar situaciones en el contexto laboral teniendo en cuenta el triple abordaje individuo-grupo-organización.
- Analizar la empresa, su estructura y funcionamiento, desde una perspectiva sistémica e integrada.
- Comprender el papel de Recursos Humanos desde un enfoque estratégico.

Competencias:

- Implementar modelos de cambio y desarrollo organizacional para el logro de la efectividad en las organizaciones.
- Gestionar la comunicación corporativa conociendo su impacto en la organización y su entorno.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje cooperativo/trabajo en grupo
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	Horas	% Presencialidad
Clases expositivas	7,5	100
Clases prácticas	15	100
Seminarios y talleres	15	100
Supervisión de actividades	7,5	100
Tutorías (individual / en grupo)	7,5	100
Preparación de clases	15	0
Estudio personal y lecturas	30	0
Elaboración de trabajos	30	0
Trabajo en campus virtual	15	0
Actividades de evaluación	7,5	100

El primer día de clase, el profesor proporcionará información más detallada al respecto.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	1 actividad individual	5%
	Dos exámenes parciales teóricos-prácticos	40%
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5%
Evaluación final	Examen Teórico-Práctico	50%

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como de la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior,**

en ningún caso, a 4,0 puntos (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un o dos Examen Teórico-Práctico con un valor de el 50% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Kelly, M., & Williams, C. (2022). BUSN (12th ed.). Cengage Learning.
- Solomon, M. R., Poatsy, M. A., & Martin, K. (2018). Better Business. Pearson.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. K. (2021). Management (Global edition. Fifteenth edition). Pearson Education.
- Gorostegui, E. P. (2009). Casos prácticos de introducción a la economía de la empresa. Editorial Universitaria Ramón Areces.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Krugman, P., & Wells, R. (2020). Microeconomics. MacMillan Learning
- Robbins P. Stephen, Mary Coulter, & David DeCenzo. (2017). Fundamentos de Administración (10.^a ed.). Pearson Educación.
- Gorostegui, E. P. (2014). Fundamentos de economía de la empresa. Ed. universitaria R. Areces.
- Iborra, J. M., Dasi Coscollar, A., Dolz, C., & Ferrer Ortega, C. (2014). Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Sánchez, E. F. (2010). Administración de empresas: Un enfoque interdisciplinar. Editorial Paraninfo.
- Eslava, J. de J. (2010). Las claves del análisis económico-financiero de la empresa. ESIC Editorial.
- García, Á. C., & Ordás, C. J. V. (2008). Introducción a la administración de empresas. Editorial Aranzadi.



WEBS DE REFERENCIA:

<https://hbr.org/>

<http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/>

<http://www.businessinsider.com/>

<http://www.forbes.com/management/>

<http://www.marketingdirecto.com/>