



Facultat d'Economia

DIPLOMATURA EN TURISMO

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS I (2490)

CURSO 2009-10

ASIGNATURA: *TRONCAL*
CURSO: *PRIMERO*



1.- DATOS INICIALES DE IDENTIFICACIÓN

Nombre de la asignatura	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS I (2490)
Carácter	Troncal
Titulación	Diplomatura en Turismo
Ciclo/curso/semestre	1º/1º/1º
Departamento	Departamento de Dirección de Empresas <i>Juan José Renau Piqueras</i>
Profesorado	Sonia Cruz Ros (<i>coordinadora</i>). Profesora Titular de Universidad Profesora del grupo WA y WD. Despacho 1.D09 - Email: sonia.cruz@uv.es - Tel: 963828878 Víctor Oltra Comorera. Profesor Titular E.U. Profesor de los grupos I y WB. Despacho 1.A03 - Email: victor.oltra@uv.es - Tel: 963828317
Horario y lugar de las clases	http://centros.uv.es/web/centros/economia/castellano/
Horario tutorías	http://centros.uv.es/web/departamentos/D105/castellano/general/tutorias.xml
Fechas de examen	http://centros.uv.es/web/centros/economia/castellano/

2.- PRESENTACIÓN

Se introducirá al alumno en la Dirección de Empresas, tratando de lograr un equilibrio entre, por una parte, los aspectos introductorios y genéricos y, por otra parte, los temas más avanzados y específicos. El objetivo es preparar profesionalmente a los estudiantes en la moderna Dirección de Empresas, especialmente en lo referente al sector turístico, con una formación teórica que les permita un ejercicio profesional eficaz y versátil.

3.- OBJETIVOS FORMATIVOS

La asignatura consta de dos partes claramente diferenciadas, una teórica y una práctica. Dos son los objetivos que pretende cubrir esta asignatura. Por una parte, servir de introducción a los fundamentos teóricos de la Administración de Empresas. Por otra parte, proporcionar una aproximación a la empresa, tanto en lo referente a sus características internas, su actividad y los principales elementos que configuran su estructura, como también adquirir conocimientos de los factores externos o entorno de la misma que pueden afectar a su comportamiento. En particular, se hará especial hincapié en las empresas del sector turístico, que aunque poseen características homogéneas a la de cualquier otra unidad productiva, tienen la particularidad de comercializar productos intangibles, esto es, servicios.

En las clases prácticas, para las cuales el grupo teórico se divide en dos grupos prácticos, se analizarán todos aquellos conceptos, técnicas e instrumentos aprendidos en el módulo teórico de dicha materia. Es imprescindible que los alumnos desarrollen sus capacidades críticas y de reflexión mediante la lectura y el comentario de artículos y casos relacionados con la materia impartida en clase. Para ello, se analizarán casos reales de empresas y el método de trabajo a seguir es, principalmente, el trabajo en equipo, con las correspondientes discusiones en clase al terminar cada caso.

Para obtener estos objetivos generales, se pretende alcanzar los siguientes objetivos específicos: presentar y estudiar la figura del empresario, definir el propósito y los elementos que forman la empresa, comprender la relación empresa y entorno, estudiar la naturaleza de la Administración de Empresas y su evolución, analizar las técnicas en la toma de decisiones y formulación de objetivos empresariales, etc. Todos estos temas se vincularán al marco de nuestra titulación, es decir, las ciencias del turismo.

Más allá de los objetivos cognitivos, también se pretende desarrollar en los estudiantes un conjunto de actitudes y destrezas que les permitan alcanzar importantes habilidades y competencias para su futura actividad profesional:

- Acostumbrarse a aplicar los principios de la dirección en la resolución de problemas en la empresa.
- Familiarizar a los estudiantes con la búsqueda y uso de información y bibliografía.
- Acostumbrar a los estudiantes a trabajar en equipo.
- Mejorar la exposición en público de las opiniones personales de los estudiantes.
- Ayudar a crear una actitud y pensamiento críticos en los estudiantes.

4.- METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Para las sesiones teóricas se utilizará la tradicional clase magistral. Para las sesiones prácticas se usarán medios participativos que favorezcan el trabajo en equipo de los alumnos, las exposiciones públicas de sus razonamientos y el desarrollo de actitudes críticas por parte de los estudiantes. Para estas sesiones prácticas se utilizará el método del caso basado en situaciones y contextos de empresas o subsectores, incentivando a los estudiantes en la búsqueda de información en internet y en la biblioteca “Gregori Mayans”, así como motivándolos en tareas de investigación.

A esta asignatura semestral de 4,5 créditos le corresponden 45 horas lectivas que se reparten del siguiente modo:

- 3 créditos de teoría (30 horas de clases teóricas)
- 1,5 créditos de prácticas (15 horas de clases prácticas)

En las sesiones teóricas, el profesor desarrollará los conceptos teóricos recogidos del programa. Podría contarse también con la participación de especialistas en algún tema, que complementarían las sesiones.

En las sesiones prácticas, el estudiante desarrollará diversos casos prácticos relativos a la situación económico-empresarial de diferentes empresas. Habrá casos prácticos centrados en la reflexión y propuesta de soluciones a los problemas de las empresas, y también otras actividades prácticas basadas en la búsqueda de información sobre empresas por parte de los estudiantes. Será muy importante la exposición en público, por parte de todos los estudiantes, de la información encontrada o conclusiones de las distintas actividades prácticas.

Es recomendable que los estudiantes consulten regularmente la intranet de la asignatura situada en el aula virtual de la Universitat de València (pizarra.uv.es). En esta intranet el profesor de cada grupo pondrá a disposición de los estudiantes material diverso (transparencias de teoría, casos prácticos, calendario detallado de prácticas, etc.). Según el criterio de cada profesor, también se utilizará este espacio como medio de entrega de actividades prácticas y/o para, si procede, dar avisos o informaciones de interés (incidencias docentes, publicación de notas, etc.).

5.- TEMARIO

PARTE I. INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA

TEMA 1: LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO

- 1.1. La Economía de la Empresa como ciencia
- 1.2. La empresa como realidad económica y social
- 1.3. Concepto de empresario. Evolución histórica
- 1.4. Concepto y elementos de la empresa.
- 1.5. Clases de empresas

Bibliografía:

- Cuervo (2001). Cap. 3.1, 7.4 y 7.5
- Donnelly, Gibson e Ivancevich (1994). Cap. 1 y 20
- Hodge, Anthony y Gales (2003). Cap. 9
- Parra y Calero (2006). Cap. 3
- Stoner, Freeman y Gilbert (1996). Cap. 1

TEMA 2: LA EMPRESA COMO SISTEMA

- 2.1. La empresa como sistema
- 2.2. Los subsistemas funcionales

Bibliografía:

- Bueno (1996). Cap. 10.2 y 10.3
- Cuervo (2001). Cap. 1.3, 10.1, 11.1, 14.3 y 17.2
- Daft (2004). Cap. 13 y 22
- Donnelly, Gibson e Ivancevich (1994). Cap. 14
- Hodge, Anthony y Gales (2003). Cap. 1
- Menguzzato y Renau (1991). Cap. 1.1 al 1.3 y 4.6
- Robbins y Coulter (2005). Cap. 1, 12 y 19

TEMA 3: EL ENTORNO DE LA EMPRESA

- 3.1. Concepto y tipología del entorno empresarial
- 3.2. El entorno genérico
- 3.3. El entorno específico
- 3.4. Impacto de la empresa en el entorno: responsabilidad social

Bibliografía:

- Bueno (1996). Cap. 6
- Cuervo (2001). Cap. 1.4
- Daft (2004). Cap. 5
- Donnelly, Gibson e Ivancevich (1994). Cap. 3
- Johnson y Scholes (2001). Cap. 3
- Menguzzato y Renau (1991). Cap. 7.2
- Parra y Calero (2006). Cap. 4
- Robbins y Coulter (2005). Cap. 3 y 5

PARTE II. LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

TEMA 4: LA FUNCIÓN DE DIRECCIÓN

- 4.1. Concepto de subsistema de Management
- 4.2. La Administración en la empresa: proceso clásico
- 4.3. Evolución a la Dirección Estratégica
- 4.4. La Dirección Estratégica

Bibliografía:

- Menguzzato y Renau (1991). Cap. 4.1 y 4.2
- Parra y Calero (2006). Cap. 5, 6, 8 y 9
- Renau (1995)
- Robbins y Coulter (2005). Cap. 8
- Stoner, Freeman y Gilbert (1996). Cap. 2, 10 y 11

TEMA 5: EL DESARROLLO DE LA EMPRESA

- 5.1. Factores explicativos del crecimiento empresarial
- 5.2. Estrategias de crecimiento

Bibliografía:

- Cuervo (2001). Cap. 5.2 al 5.4
- Hodge, Anthony y Gales (2003). Cap. 7
- Johnson y Scholes (2001). Cap. 7
- Menguzzato y Renau (1991). Cap. 12 y 13
- Parrayi Calero (2006). Cap. 10

TEMA 6: LA ORGANIZACIÓN EN LA EMPRESA TURÍSTICA

- 6.1. Concepto de estructura organizativa y características
- 6.2. Configuraciones estructurales fundamentales
- 6.3. El diseño organizativo

Bibliografía:

- Casanueva, García y Caro (2000)
- Daft (2004). Cap. 10
- Martín (2000)
- Parra y Calero (2006). Cap. 7
- Pedreño y otros (1996)
- Robbins y Coulter (2005). Cap. 10

TEMA 7: OBJETIVOS Y DECISIONES DE LA EMPRESA

- 7.1. Definición de los objetivos de la empresa
- 7.2. Objetivos generales y operacionales
- 7.3. Conflicto entre objetivos
- 7.4. El proceso de toma de decisiones
- 7.5. Tipología de las decisiones

Bibliografía:

- Bueno (1996). Cap. 14
- Cuervo (2001). Cap. 4, 7.2 y 7.3
- Daft (2004). Cap. 9
- Menguzzato y Renau (1991). Cap. 2 y 5.2
- Robbins y Coulter (2005). Cap. 6 y 7
- Stoner, Freeman y Gilbert (1996). Cap. 10

6.- CRONOGRAMA

Semana	Contenidos del programa
1	Presentación de la asignatura + Tema 1
2	Tema 1
3	Tema 1 / Tema 2
4	Tema 2
5	Tema 2 / Tema 3
6	Tema 3
7	Tema 4
8	Tema 4
9	Tema 5
10	Tema 5 / Tema 6
11	Tema 6
12	Tema 7
13	Tema 7
14	Repaso
15	Repaso

7.- PROCESO DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura tiene dos componentes, el primero que supone el 67% de la nota final será determinado por la realización de un examen que se convocará en la fecha correspondiente. El segundo, con el otro 33% de la nota, mediante las prácticas realizadas durante el semestre por los estudiantes.

El examen tendrá una valoración total de 6,7 puntos, correspondiendo 5 puntos a la realización de un conjunto de 20 preguntas tipo test referidas a los conceptos básicos desarrollados en el programa y, por otra parte, 1,7 puntos, que corresponderán a un conjunto de preguntas teórico-prácticas. Esta parte teórico-práctica únicamente se corregirá cuando el alumno haya obtenido al menos 2,5 puntos en el test.

El componente práctico de la evaluación de la asignatura tendrá cuatro elementos: la asistencia a clase, la participación activa en la resolución de los casos prácticos (que estarán oportunamente disponibles en el aula virtual), la participación activa en las discusiones en clase sobre los casos prácticos, y la calidad de las exposiciones en público. Únicamente podrán obtener calificación de prácticas aquellos alumnos que hayan asistido como mínimo al 75% de las clases prácticas a lo largo del semestre. Si algún estudiante no puede acudir regularmente a clase, es imprescindible que hable lo más pronto posible con su profesor, para que éste le indique el procedimiento alternativo a seguir. En caso de optar por un sistema de evaluación no presencial de la vertiente práctica de la asignatura, la nota máxima posible será de 1,7 puntos (no de 3,3 puntos que pueden obtener como máximo los estudiantes que participen regularmente en las clases prácticas).

La nota de este componente práctico de la asignatura se añadirá a la valoración del examen, siempre que se obtenga al menos 2,5 puntos en la valoración del test. La puntuación mínima para aprobar la asignatura será un 5 (sobre los 10 puntos que pueden obtenerse como máximo). Los alumnos que no superen la asignatura en primera convocatoria deberán presentarse a la siguiente. La calificación de la vertiente práctica de la asignatura se guarda para la segunda convocatoria. En caso de dudas ante la situación personal de cara a la segunda convocatoria, los alumnos deben ponerse en contacto lo antes posible con su profesor (al comienzo del segundo semestre), con el objeto de despejar dichas dudas.

8.- RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS Y DOCUMENTALES

- Bueno, E. (1996): *Curso básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización*. Pirámide. Madrid.
- Casanueva, C.; García, J. y Caro, F.J. (2000): *Organización y gestión de empresas turísticas*. Pirámide. Madrid
- Cuervo, A. (director) (2001): *Introducción a la Administración de Empresas*. Civitas. Madrid.
- Daft, R.L. (2004): *Administración*. Thomson Learning. México.
- Donnelly, J. H., Gibson, J. L. e Ivancevich, J. M. (1994): *Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas*. Addison-Wesley Iberoamericana. Wilmington, Delaware, EE.UU.
- Hodge, B.J., Anthony, W.P. y Gales, L.M. (2003): *Teoría de la organización. Un enfoque estratégico*. Prentice Hall – Pearson Educación. Madrid.
- Iborra, M., Dasí, A., Dolz, C. y Ferrer, C. (2007). *Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y habilidades directivas*. Thomson, Madrid.
- Johnson, G. y Scholes, K. (2001). *Dirección Estratégica*. Prentice Hall – Pearson Educación. Madrid.
- Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, R. (2006): *Dirección Estratégica*, Prentice Hall, Madrid, 7a edición.
- Martín, I. (2000): *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Pirámide. Madrid.
- Menguzzato, M. y Renau, J.J. (1991): *La Dirección Estratégica de la Empresa. Un enfoque innovador del management*. Ariel. Barcelona.
- Parra, E. y Calero, F. (2006): *Gestión y Dirección de Empresas Turísticas*. McGraw-Hill, Madrid.
- Pedreño, A. y otros (1996): *Introducción a la economía del turismo en España*. Civitas. Madrid.
- Renau, J. J. (1995): "La Dirección Estratégica: Su Evolución y Estado Actual"; en Cuervo, A. (editor): *Dirección de Empresas de los Noventa*. Civitas. Madrid.
- Robbins, S.P. y Coulter, M. (2005): *Administración* (8ª ed.). Prentice Hall – Pearson Educación. México.
- Stoner, J.A.F., Freeman, R.E. y Gilbert, D.R. (1996): *Administración*. Prentice-Hall. México.

NOTA IMPORTANTE: al comienzo y/o a lo largo del semestre el profesor podrá recomendar cualquier otra bibliografía y/o modificar la asignación de la bibliografía por temas, de la forma que pueda considerarse más oportuna para la optimización del aprendizaje y del desarrollo del curso.