

Tabla 2. descripción de los módulos o materias

Denominación de la materia		Créditos ECTS, carácter	
Economía y Empresa		13,5 Créditos ECTS (337,5 Horas) Mixto	
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios:			
Esta materia está compuesta por			
Fundamentos de Gestión Empresarial: 2º semestre			
Marketing: 6º semestre.			
Ingeniería Económica: 6º semestre			
COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON DICHO MÓDULO/ MATERIA			
<u>COMPETENCIAS</u>			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretar las principales variables macroeconómicas de un país para poder realizar un correcto análisis del entorno económico. 2. Realizar un análisis económico-financiero, estático y dinámico, a partir de los datos contables de una empresa. 3. Interpretar las cuentas anuales de una empresa y descubrir sus puntos fuertes y débiles, así como tomar las posibles acciones de mejora sobre todo desde el ámbito de la producción u organización industrial. 4. Estudiar la viabilidad de proyectos de inversión para tomar decisiones que permitan el crecimiento y supervivencia del negocio. 5. Imputar costes directos e indirectos a los productos / servicios ofrecidos por la empresa. 6. Identificar diferentes segmentos de mercado y buscar nuevos. 7. Desarrollar estrategias de marketing para cada segmento y elaborar un Plan de Marketing que permita una orientación exitosa hacia el mercado. 8. Saber trabajar en equipo para tomar decisiones en base a datos económico-financieros. 9. Comprender, exponer y transmitir información obtenida de distintas fuentes; y generar información y estrategias de transmisión del conocimiento elaborado por uno mismo. 			
<u>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</u>			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Toma decisiones estratégicas en busca del éxito del proyecto empresarial en base a un diagnóstico acertado de la situación y evolución de las principales variables macroeconómicas. 2. Toma decisiones para lograr la supervivencia de una empresa en términos económico – financieros. 3. Realiza el cálculo de cuenta de resultados. 4. Realiza el balance y calcula los principales ratios financieros y es capaz de realizar un diagnóstico de la situación económica, financiera y patrimonial de la entidad. 5. Calcula los principales indicadores para el estudio de la viabilidad económico-financiera de proyectos de inversión. 6. Realiza y analiza el escandallo de costes de un producto / servicio. 7. Encuentra nuevos segmentos de mercado e identifica las estrategias de marketing más adecuadas para orientar la empresa hacia el mercado. 8. Elabora un plan de marketing para diferentes segmentos de mercado. 			
Asignatura 1		Asignatura 2	
Fundamentos de Gestión Empresarial 6 créditos ECTS (150 horas) Formación Básica		Ingeniería Económica 3 créditos ECTS (75 horas) Obligatoria	
		Asignatura 3	
		Marketing 4,5 créditos ECTS (112,5 Horas) Obligatoria	

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

1. Exposición de principios, leyes, conceptos y fundamentos de la comunicación eficaz y de la gestión de las personas (competencias 1, 2, 3, 4, 5, 6,7) (3 ECTS)
2. Análisis de casos reales para la gestión de las personas (competencias 2, 3, 4, 5, 6, 7) (3,5 ECTS)
3. Realización de proyectos (competencias 1 a 9) (4 ECTS)
4. Utilización de métodos activos , trabajo cooperativo, búsquedas de información, selección y síntesis... (competencias 1,2,3,4,5,6,7,8,9) (0,5 ECTS)
5. Estudio, trabajo y análisis personales de los alumnos (competencias 1,2,3,4,5,6,7,8,9) (2 ECTS)
6. Tutorización y evaluación formativa del proceso de aprendizaje (competencias 1 a 7) (0,5 ECTS)

Sistema de Evaluación de la Adquisición de las Competencias

Las actividades formativas de adquisición de conocimientos básicos sobre los resultados de aprendizaje, serán evaluadas de forma individual mediante pruebas escritas (máximo 60 %). Se valorarán la calidad de los informes de los trabajos en grupo y exposiciones que se realicen (20% de la nota).

La capacidad de análisis y calidad de las decisiones será evaluada en equipo a través de una presentación y defensa de POPBL y le corresponderá como mínimo un 20% de la nota.

La evaluación será continua y contemplará propuestas y mecanismos de recuperación de los conocimientos y competencias, durante el período que comprende la materia.

Breve resumen de contenidos

Fundamentos de Gestión Empresarial

1. Economía de mercado, datos macroeconómicos y comercio internacional
2. Balances y cuenta de resultados
3. Análisis de estados contables, ratios financieros, análisis de rentabilidad
4. Introducción a los costes: directos, indirectos, reparto.

Ingeniería Económica

1. Sistemas de cálculo de costes (ABC, etc)
2. Fuentes de financiación de empresas
3. Análisis de inversiones

Marketing

1. Investigación y segmentación de mercados
2. Estrategias de Marketing
3. Plan de Marketing (en empresas industriales y de servicios)