

30173 - Economía de la empresa (Perfil Defensa)

Información del Plan Docente

Año académico	2016/17
Centro académico	179 - Centro Universitario de la Defensa - Zaragoza
Titulación	563 - Graduado en Ingeniería de Organización Industrial
Créditos	4.5
Curso	3
Periodo de impartición	Segundo Semestre
Clase de asignatura	Obligatoria
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Recomendaciones para cursar esta asignatura

Para la realización de este curso se requieren conocimientos básicos de Matemáticas (Cálculo Diferencial) y Estadística. Además, se recomienda que los alumnos tengan presentes los conocimientos adquiridos en las asignaturas de Fundamentos de Administración de Empresas (de primer curso) y Organización de Empresas (de segundo curso).

Por último, en algunas partes del curso habrá que usar Excel y herramientas básicas de Internet (correo electrónico y acceso a Moodle), por lo que es recomendable que el alumno posea conocimientos informáticos a nivel de usuario.

1.2. Actividades y fechas clave de la asignatura

Para la consecución de los resultados de aprendizaje se desarrollarán las siguientes actividades presenciales y no presenciales:

Las actividades presenciales serán las siguientes:

- Clase magistral.
- Resolución de problemas y casos.
- Actividades de Evaluación: Pruebas teórico-prácticas y examen final.

Las actividades no presenciales serán las siguientes:

- Estudio y revisión de la bibliografía recomendada.
- Resolución de problemas y casos.
- Tutorías y/o clases de refuerzo en grupos.
- Actividades de Evaluación: Preparación específica de las pruebas de evaluación y el examen final.

Tutorización:

La resolución individual de ejercicios prácticos y casos, así como la observación y trato directo con el alumno servirán para orientar y dirigir el adecuado progreso del mismo.

Las fechas clave de las actividades y pruebas de evaluación se publicarán en la página web del centro

30173 - Economía de la empresa (Perfil Defensa)

<http://tud.unizar.es/calendarios> . También se anunciarán a través de Moodle (<https://moodle2.unizar.es/add/>).

2.Inicio

2.1.Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

- Conoce los principios de la conducta humana desde la perspectiva económica.
- Conoce los fundamentos económicos de los mecanismos de asignación. El mercado como asignador, eficiencia e ineficiencia
- Comprende la relación entre estructuras de mercado, conducta de las empresas y resultados (privados y sociales).
- Concibe una estrategia de empresa en función de las condiciones del entorno.
- Concibe el papel de la política industrial.
- Comprende las diferentes variables y horizontes de decisión en la empresa y sus interdependencias.
- Es capaz de crear y capturar valor a través de la estrategia de la empresa.
- Es capaz de realizar un análisis interno de la empresa, con el fin de detectar sus recursos singulares y potenciarlos.
- Es capaz de analizar los resultados de la empresa y ponerlos en relación con la estrategia y el análisis económico de la empresa.

2.2.Introducción

Se trata de una asignatura de Economía que pretende aportar al Ingeniero de Organización los fundamentos económicos que le permitan comprender la racionalidad (y sus límites) del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de la empresa.

Incluye contenidos económicos y de gestión empresarial con los que se busca dotar al futuro graduado en Ingeniería en Organización Industrial de los conocimientos relacionados con dichas materias, necesarios para el desempeño futuro de su profesión.

3.Contexto y competencias

3.1.Objetivos

Desde el punto de vista conceptual, el objetivo de la asignatura es entender el funcionamiento de los mercados, el proceso de formación de precios y el comportamiento estratégico de las empresas, teniendo en cuenta que este comportamiento es diferente según el tipo de estructura de mercado en que se encuentren. En una economía de mercado el precio se determina por la interacción de la oferta y la demanda agregadas. Por tanto, para entender cómo se forman los precios debemos tener conocimientos previos sobre cómo se comportan los consumidores y las empresas.

Más detalladamente, en esta asignatura se analizarán la demanda y la oferta, el mecanismo de formación de precios, la estructura de mercado, el comportamiento estratégico, las distintas formas de competencia (en precios, en cantidades y/o en diferenciación), y elementos dinámicos de la competencia.

Además, se pretenden conseguir otros objetivos, relacionados con actitudes o capacidades genéricas, entre los que podemos citar:

- Desarrollar habilidades directivas.
- Desarrollar la capacidad para resolver problemas y tomar decisiones con creatividad, iniciativa y razonamiento crítico.
- Incentivar al alumno a realizar trabajos de investigación en su ámbito profesional.

3.2.Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La titulación de Ingeniería de Organización Industrial se basa en la consideración de que, entre otras habilidades del

30173 - Economía de la empresa (Perfil Defensa)

graduado, deben estar las relacionadas con la gestión (de recursos económicos y humanos). Es por tanto objetivo de la titulación dotar al estudiante de competencias para la toma de decisiones empresariales o en general decisiones organizativas y de gestión en organizaciones que deben relacionarse con el entorno empresarial. Esto aconseja que existan contenidos disciplinares que más allá de instruir en las habilidades directivas, ofrezcan unos conocimientos básicos de Economía.

La asignatura de Economía de la Empresa se inserta en el tercer curso del grado, junto a la asignatura de Dirección de la Producción, dentro del ámbito de la Administración de Empresas y de otras asignaturas de carácter generalista.

El estudiante aprenderá a analizar los diferentes contextos de mercado donde se encuentran las empresas, sus objetivos, funcionamiento y comportamiento estratégico. Con este fin, la asignatura se estructura en dos bloques.

En el primero se abordan aspectos básicos de la economía, el comportamiento económico y la empresa y sus límites. El segundo se dedica a la definición de Mercado, tipos de mercados, estructura: monopolio, competencia monopolística, oligopolio, y al análisis competitivo bajo diferentes modelos de mercado. Además se introduce el concepto de Estrategia en el marco de la empresa y se estudian comportamientos estratégicos en diferenciación horizontal, vertical, competencia en precios y en calidad.

3.3. Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante habrá adquirido las siguientes competencias, fundamentales para el desarrollo de su profesión:

- Capacidad para combinar los conocimientos generalistas y los especializados de Ingeniería para generar propuestas innovadoras y competitivas en la actividad profesional.
- Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones con iniciativa, creatividad y razonamiento crítico.
- Capacidad para analizar y valorar el impacto social y medioambiental de las soluciones técnicas actuando con ética, responsabilidad profesional y compromiso social, buscando siempre la calidad y la mejora continua.
- Conocimientos aplicados de organización de empresas.
- Conocimiento de los fundamentos económicos de la organización interna y de la estrategia empresarial.

3.4. Importancia de los resultados de aprendizaje

Ver Contexto y sentido de la asignatura en la titulación.

4. Evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos, mediante la realización de pruebas, cuyo calendario será anunciado al comienzo del cuatrimestre. Se tratará, fundamentalmente, de pruebas escritas que combinarán:

- Preguntas de teoría y teórico-prácticas, donde el estudiante demuestra la asimilación de contenidos teóricos. Los criterios de evaluación de estas preguntas tendrán en cuenta la exactitud, pertinencia y claridad de las respuestas.
- Problemas numéricos y casos en los que el estudiante demuestra que es capaz de poner en práctica sus conocimientos teóricos para: resolver problemas menos estructurados; relacionar contenidos teóricos de diferentes partes de la asignatura y resolver ejercicios numéricos. Los criterios de evaluación de los problemas y casos tendrán en cuenta la obtención, el análisis y la interpretación de los resultados.

Se realizarán dos pruebas de evaluación:

1. Un examen parcial (cuya nota denotamos NEP) de los temas 1 a 3, que consistirá en la resolución de problemas y cuestiones teórico-prácticas.

30173 - Economía de la empresa (Perfil Defensa)

2. Un examen final (cuya nota denotamos NEF), a realizar una vez finalizado el periodo de clases. Este examen tendrá dos partes, una correspondiente a los temas 1 a 3 y otra sobre el resto de temas del programa. Cada alumno decidirá si realiza las dos partes del examen o solamente la segunda.

Fórmula de calificación. Nota final, NF.

Para los alumnos que solamente se presenten a la parte segunda del examen final, la nota final, NF, se obtendrá mediante la fórmula:

$$NF = 0,5 \times NEP + 0,5 \times NEF$$

Para los alumnos que decidan realizar las dos partes del examen final, es decir, examinarse al final de toda la materia, la nota final será íntegramente la obtenida en el examen final:

$$NF = NEF$$

Para aprobar la asignatura es necesario obtener en la Nota Final una calificación igual o superior al 5 (sobre un máximo de 10).

5.Actividades y recursos

5.1.Presentación metodológica general

En esta asignatura hemos adoptado una metodología de aprendizaje "centrada en el profesor", debido, fundamentalmente, a tres cuestiones. En primer lugar, debido a características específicas de nuestros estudiantes: son un grupo muy numeroso (más de 150) y tienen restricciones importantes en cuanto a la disposición de su tiempo (ya que tienen numerosas actividades obligatorias a lo largo de la semana). En segundo lugar, en esta asignatura tenemos que presentar un gran número de modelos teóricos de Microeconomía y Competencia Estratégica en un tiempo muy reducido, lo que nos obliga a recurrir en gran medida a clases magistrales tradicionales. Por último, en nuestro Centro es extremadamente importante evaluar el aprendizaje mediante exámenes que permitan aplicar criterios completamente objetivos (y homogéneos).

No obstante, en la medida de lo posible, trataremos de recurrir a métodos de aprendizaje "centrados en el alumno". En particular, animaremos a los estudiantes a asumir un papel activo en el proceso de aprendizaje (por ejemplo, mediante la participación en clase). Además, una gran parte del tiempo de clases presenciales se destinará a clases prácticas (solución de problemas numéricos y discusión de cuestiones teórico-prácticas) y los estudiantes tendrán que dedicar muchas horas de trabajo autónomo a tareas de resolución de problemas.

Las actividades formativas planteadas se centran, principalmente, en el desarrollo de clases magistrales, combinadas con clases prácticas y discusión de casos. Todas las actividades serán apoyadas mediante el uso de plataformas a distancia (como Moodle) en las que se les facilitarán materiales de soporte, ejercicios, pruebas de autoevaluación, etc.

Las clases presenciales serán la combinación de: explicación y desarrollo de contenidos teóricos, realización de ejercicios prácticos (problemas), y resolución de algunos casos breves o comentario de lecturas cortas.

Así, a grandes rasgos, la metodología docente está organizada basándose en:

- Clase magistral
- Aprendizaje basado en problemas

30173 - Economía de la empresa (Perfil Defensa)

- Clases prácticas
- Tutorías
- Casos de estudio

5.2.Actividades de aprendizaje

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura incluye las siguientes actividades de aprendizaje:

1. Clases magistrales en las que se presentan los fundamentos teóricos del contenido de la asignatura y los métodos más importantes para la resolución de los problemas y casos prácticos. En estas clases se propiciará la participación de los alumnos.
2. Clases de problemas en las que se resolverán problemas numéricos, se discutirán preguntas teóricas y teórico-prácticas y se analizarán casos de estudio. En la medida de lo posible, se requerirá que los alumnos sean protagonistas, siendo ellos quienes resuelvan (en público) los problemas planteados.
3. Tutorías individuales en el despacho del profesor, en las que los alumnos plantearán sus dudas y preguntas, sobre teoría, problemas, casos, etc.
4. Tutorías en grupo. En estas tutorías se repasarán conceptos teóricos y, sobre todo, se resolverán ejercicios prácticos y casos. Estas tutorías están orientadas a grupos de alumnos que, por diversos motivos, necesiten más tiempo de explicaciones teóricas o de resolución de problemas para alcanzar el nivel exigido para superar la asignatura.
5. Lista de lecturas. Se elaborará una lista de lecturas recomendadas que incluirá artículos académicos, noticias de prensa y casos de estudio sobre comportamiento estratégico, competencia empresarial, dinámica de precios y temas relacionados. Los documentos de esta lista estarán (preferiblemente) escritos en inglés. Los objetivos que se persiguen con esta actividad son fomentar el razonamiento y espíritu crítico, familiarizar a los alumnos con la lectura de documentos académicos y mejorar sus capacidades relacionadas con el dominio de la lengua inglesa.
6. Actividades de evaluación: incluyen la preparación y realización de las pruebas descritas en el punto 4.

Véase, además, la subsección 1.2 que aparece más arriba.

5.3.Programa

En esta asignatura se analizan las diferentes condiciones del mercado en las que operan las empresas, sus objetivos y sus comportamientos estratégicos. Para ello, se estudia el comportamiento económico de consumidores y empresarios, y sus implicaciones para el análisis de la empresa, incluyendo sus límites horizontales y verticales. Se estudian los equilibrios de competencia perfecta, competencia monopolística, oligopolio y monopolio, junto con sus repercusiones desde el punto de vista estratégico empresarial. El programa termina con el análisis del comportamiento estratégico cuando existe diferenciación del producto y se compite en precios y en calidad.

Programa sintético de la asignatura:

Tema 1. La conducta económica y la demanda del consumidor

Tema 2. Elementos básicos de la oferta: funciones de beneficios y de costes

Tema 3. Mercado y Análisis Competitivo

Tema 4. Competencia Imperfecta y Comportamiento estratégico

5.4.Planificación y calendario

El calendario de actividades de aprendizaje y las fechas de las pruebas de evaluación se publicarán en la página web del centro <http://cud.unizar.es/calendarios> . También estarán disponibles a través de Moodle (<https://moodle2.unizar.es/add/>

30173 - Economía de la empresa (Perfil Defensa)

).

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

Bibliografía básica:

- Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M., and S. Schaefer (2007). "Economics of Strategy", Fourth edition. John Wiley & Sons. New Jersey.
- Besanko, D., Braeutigam, R., (2011) "Microeconomics", 4th Edition, John Wiley & Sons. New Jersey.

Bibliografía complementaria:

- Brickley, J., Smith, C., and J. Zimmerman (2005). "Economía empresarial y arquitectura de la organización". 3ª Edición. McGraw Hill/Interamericana de España S.A.U.
- Varian, H. (2008). "Microeconomía Intermedia." 8ª Edición. Antoni Bosch.

Además, durante el curso se proporcionará diverso material complementario: listas de problemas (con soluciones), presentaciones de power point, noticias, artículos académicos y casos. Este material estará disponible en la plataforma Moodle (<https://moodle2.unizar.es/add/>).