



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID
ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR
DE
INGENIEROS DE MINAS

Ríos Rosas, 21
28003 MADRID.

DEPARTAMENTO DE
SISTEMAS ENERGÉTICOS

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
ECONOMÍA DE LA EMPRESA I

Curso : 4º
Cuatrimestre : 1º
Carácter : Troncal

Créditos totales
Teóricos : 1,5
Prácticos : 1,5

PLAN DE ESTUDIOS 1996

Edición 1: 2000-09-22

ECONOMÍA DE LA EMPRESA I: PROGRAMA

a) OBJETIVOS Y CONTENIDOS

BLOQUE 1: Conceptos generales

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- 1.1 Comprender los aspectos generales de la empresa relativos a su análisis económico, objetivos y evolución.*
- 1.2 Conocer los distintos sistemas productivos, su organización y control*
- 1.3 Conocer y comprender los aspectos básicos de la dirección comercial*
- 1.4 Conocer el marco legal básico en el que la empresa debe moverse.*

CONTENIDOS:

1.1: INTRODUCCIÓN GENERAL

- La empresa como sistema
- Entorno, naturaleza y enfoque estratégico.

1.2: ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA EMPRESA

- Conceptos básicos de la organización de la actividad económica
- Costes de transacción y de organización interna. Mercados y organizaciones

1.3: OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- El beneficio y la creación de valor
- La dirección y la organización

1.4: FORMAS DE DESARROLLO DE LA EMPRESA

- La configuración y el proceso de desarrollo
- La diversificación, la integración vertical y la globalización

1.5: DIRECCIÓN, PLANIFICACIÓN, CONTROL Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN

- Las funciones directivas. Las decisiones y sus tipos. Los procesos de toma de decisiones.
- Objetivos de la planificación y fases. El control de gestión. Sistemas de información y dirección de empresas.

1.6: EL SISTEMA PRODUCTIVO

- La función de producción. Tipos de sistemas productivos
- Diseño, planificación y control del sistema productivo

1.7: COMERCIALIZACIÓN. CONCEPTOS BÁSICOS

- La función de producción. Tipos de sistemas productivos
- El marketing en la actualidad
- Sistemas de información e investigación de mercados
- Previsión de la demanda

1.8: PRECIO, DISTRIBUCIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING INDUSTRIAL

- Tipo de producto y distribución comercial
- El precio como variable. Política de precios
- Publicidad, promoción de ventas y marketing directo

1.9: MARCO LEGAL

- Conceptos básicos de Derecho Mercantil
- Fiscalidad de las empresas

BLOQUE 2. Fundamentos de contabilidad financiera

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

2.1 Conocer los principios contables generalmente aceptados

2.2 Comprender los estados financieros más importantes de una empresa.

2.3 Elaborar e interpretar dichos estados a partir de ejemplos sencillos.

CONTENIDOS:

2.1: INTRODUCCIÓN

- Concepto de contabilidad
- La información financiera y los principios contables

2.2: TEORÍA DEL PATRIMONIO

- Concepto contable del patrimonio
- Las masas contables

2.3: TEORÍA DE LAS CUENTAS: PRIMERA CLASIFICACIÓN DE LAS CUENTAS

- Cuentas de activo, pasivo y neto
- Cuentas de ingresos y gastos

2.4: ANÁLISIS DEL PATRIMONIO DE LA EMPRESA

- El inventario y sus clases
- Análisis del capital económico y del capital financiero
- El fondo de maniobra
- Período medio de maduración de la empresa

2.5: VALORACIÓN DE LAS MERCANCÍAS

- Procedimiento administrativo
- Procedimiento especulativo

2.6: PROBLEMÁTICA DEL ALMACÉN

- Desglose de la cuenta de mercaderías, valoración de existencias y beneficio bruto
- Variación de existencias y provisiones por depreciación de existencias.

2.7: TEORÍA DE LA AMORTIZACIÓN

- La depreciación
- Diferentes sistemas de amortización

2.8: EL INMOVILIZADO INTANGIBLE

- Inmovilizado intangible. Gastos de investigación y desarrollo
- El fondo de comercio. Activo ficticio

2.9: TEORÍA DEL BENEFICIO CONTABLE

- Relatividad del beneficio. Inflación y contabilidad
- Periodificación y regularización contable
- Determinación y distribución del beneficio
- El Impuesto sobre Sociedades y el IVA

2.10: LAS CUENTAS ANUALES

- Balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias
- La memoria y el estado de origen y aplicación de fondos

b) BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA:

- CUERVO GARCÍA, A. *Introducción a la administración de empresas*. Civitas. 1996
- SANTESMASES, M. *Marketing. Concepto y estrategias*. Pirámide. 1991.
- RIVERO, J. *Contabilidad Financiera*. Trivium. 1998.
- RIVERO, J. *Supuestos de Contabilidad Financiera*. Trivium. 1998.

COMPLEMENTARIA:

- BERKOWITZ, KEVIN, REDELIUS. *Marketing*. Irwin Boston M.A. 1989
- KOTLER, P. *Mercadotecnia*. Prentice Hall, 2ª edición en español. 1989
- SHAUGHNESSY, J.O. *Marketing competitivo, un enfoque estratégico*. Díaz de Santos, S.A. 1991
- LUIS ESCANCIANO MONTENSÉ, L.; FERNÁNDEZ DE LA BUELGA, L. *Administración de empresas para ingenieros*. Civitas,. 1995
- PEREIRA, F.; BALLERÍA, E.; ROSANAS, J.M.; VÁZQUEZ-DODERO, J.C. *Contabilidad para dirección*. Universidad de Navarra, 13ª edición.1993

c) PRÁCTICAS EN GRUPOS REDUCIDOS

No hay

d) PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

El examen constará de dos partes, las mismas en que se divide la asignatura.

La primera parte, Conceptos Generales y Marco Legal, contendrá siete preguntas, dos de ellas a desarrollar y cinco tipo test.

Se evaluará la utilización de conceptos, la capacidad de razonamiento y la obtención de conclusiones. Las dos preguntas a desarrollar tendrán un peso de un 70% en la nota final y las de tipo test el 30% restante.

La segunda parte, Fundamentos de Contabilidad Financiera, constará de dos preguntas de teoría que valdrán 2 puntos cada una, y un supuesto que se evaluará entre 0 y 6 puntos. La nota final será la suma de la parte teórica y el supuesto.

La calificación global de la asignatura, siempre que se hayan aprobado las dos partes de que consta, se compondrá como sigue:

$$(Nota Conceptos Generales + Nota Fundamentos de Contabilidad)/2$$

Las dos partes se podrán aprobar por separado pero para aprobar la asignatura hay que aprobar ambas partes.