



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GRADO EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS APLICADAS AL DEPORTE Y AL ACONDICIONAMIENTO FÍSICO

GUÍA DOCENTE de EMPRESA
SEGUNDO CURSO, PRIMER CUATRIMESTRE
2021-2022

DATOS GENERALES

Nombre Asignatura:	EMPRESA
Código:	
Curso:	2021-22
Titulación:	Grado en Ciencias y Tecnologías Aplicadas al Deporte y al Acondicionamiento Físico
N.º de créditos (ECTS):	6
Requisitos:	Sin requisitos previos
Ubicación en el plan de estudios:	Segundo curso, primer cuatrimestre
Fecha de la última revisión:	Septiembre de 2021
Profesor Responsable:	Dr. Oscar Coduras Martínez

1 DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura de Empresa ofrece una revisión introductoria a los problemas económicos que se plantean en la empresa, en general, haciéndose una extrapolación específica hacia la empresa y otros tipos de entidades deportivas sin ánimo de lucro. En ellas surgen problemas de muy distinta índole, desde los económico-financieros hasta los de carácter organizativo, pasando por los de naturaleza de configuración de oferta y su comercialización. En la mayoría de ocasiones interrelacionados entre sí, es conveniente tratarlos tanto individualmente como desde una perspectiva general en la que prevalezca la visión global de la organización, y la afectación que las decisiones tomadas en cada una de las áreas puede tener en el resto, en aras de la sostenibilidad de la organización.

Para atender a esa visión global la asignatura realiza una inmersión en las funciones de dirección estratégica, el marketing y la comercialización, la producción, los modelos organizativos y la dirección de recursos humanos, y la gestión administrativa y financiera de la empresa, en general, y la entidad deportiva en particular.

En la primera parte se trata sobre la organización empresarial, su papel en el sistema económico y social, del que se analizará su naturaleza, características y funcionamiento básico, la figura del empresario (persona física y persona jurídica), la dirección de la empresa, su entorno, las estrategias, el diseño de la estructura organizativa, la comunicación y la toma de decisiones, tratándose el comportamiento de las personas en la organización, poniéndose énfasis en cuestiones como la motivación, su repercusión en el clima laboral y en la calidad de la prestación de los servicios deportivos.

La segunda parte se dedica a la inmersión en la gestión económico-financiera de la empresa, en general, y la deportiva en particular, estudiándose los conceptos básicos de la situación patrimonial, el equilibrio económico-financiero, el fondo de maniobra, el período de maduración y algunos ratios. A continuación se estudiará el control de los resultados mediante el análisis de la naturaleza de los ingresos y los gastos, y su traducción en la liquidez de la empresa, todo ello afectado por las obligaciones ante las administraciones. Todo ello se complementa con el análisis de las necesidades de inversión y financiación y la afectación que las decisiones en este ámbito pueden tener sobre los resultados de los ejercicios económicos.

La tercera parte, se destina a la comprensión de la función del marketing y la comercialización, tanto desde la perspectiva del consumidor como desde la de la empresa, haciendo especial hincapié en la significancia de la orientación al cliente de toda la organización, lo que es de vital importancia en el sector servicios en general y en el de las actividades deportivas en especial, ya se trate de cliente espectador o de cliente practicante de las empresas deportivas.

2 OBJETIVOS

El propósito de la asignatura es el de que el estudiante alcance a:

- Comprender los conceptos fundamentales relacionados con la empresa en general y la deportiva en particular, y obtener una visión amplia de la realidad económica que le afecta
- Comprender el nicho y el rol económico y social de la empresa deportiva en un sistema de economía de mercado, lo que constituye la base fundamental para el estudio de otras asignaturas del Grado.
- Identificar los elementos fundamentales necesarios para una buena organización empresarial.
- Distinguir las funciones del directivo de una empresa deportiva y las funciones de los diferentes niveles funcionales y jerárquicos de una organización.
- Conocer de manera básica las funciones de dirección, organización, financiación, producción, comportamiento organizativo, dirección de recursos humanos y dirección de marketing.

3 CONTENIDOS

TEMA 1: EMPRESA DEPORTIVA Y EMPRESARIO

Resultados del aprendizaje

El estudiante una vez leído este capítulo y realizado los ejercicios será capaz de:

- Entender que es la empresa deportiva desde el punto de vista económico y qué importancia tiene en la organización.
- Distinguir tipos de empresas deportivas.
- Aprender qué es una empresa en la sociedad del conocimiento.
- Comprender la importancia de la figura del empresario en el ámbito deportivo.
- Entender el papel que le corresponde a la empresa deportiva en el sistema económico y cuál debe corresponder en el sistema social.

Contenido

- 1.1. La empresa como sistema
- 1.2. La empresa como organización
- 1.3. Concepto y elementos de la estructura organizativa de la empresa
- 1.4. Análisis organizativo de los sistemas funcionales de la empresa
- 1.5. Clases de empresas
- 1.6. El empresario
- 1.7. La empresa y el sistema económico

- 1.8. Los grupos de interés o stakeholders
- 1.9. La responsabilidad de la empresa y la orientación social

TEMA 2: DIRECCIÓN, ESTRATEGIA Y CRECIMIENTO ORGANIZACIONAL

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo será capaz de:

- Distinguir las funciones del directivo de la empresa.
- Distinguir los diferentes niveles jerárquicos e identificar los roles de cada uno de ellos en la configuración de la estrategia de la empresa.
- Analizar los diferentes entornos de la empresa y como le afectan
- Comprender el concepto de estrategia e identificar las diferentes estrategias que puede realizar una empresa u otro tipo de entidad o institución.
- Realizar un análisis DAFO de una organización.

Contenido

- 2.1. El concepto de Dirección Empresarial
- 2.2. Los niveles directivos
- 2.3. Las funciones de la dirección
- 2.4. Introducción a la dirección estratégica
 - 2.4.1. Revisión de los conceptos de dirección.
 - 2.4.2. La dirección estratégica
 - 2.4.3. Estrategia y Actitud Estratégica
 - 2.4.4. El concepto de la estrategia empresarial.
- 2.5. Estrategia empresarial y situación de partida. El análisis del entorno, el análisis interno y el diagnóstico DAFO.

TEMA 3: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y COMUNICACIÓN

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo será capaz de:

- Diseñar una estructura organizativa.
- Distinguir los diferentes niveles funcionales y jerárquicos de una organización y su interrelación.
- Aplicar actuaciones de coordinación funcional y operativa.
- Impulsar culturas de autosuficiencia en el desempeño.
- Diseñar acciones de comunicación interna y externa según requiera el contexto y las circunstancias organizacionales.

Contenido

- 3.1. ¿En qué consiste la estructura de una organización?
 - 3.1.1. Tipos de estructuras organizativas
- 3.2. El diseño organizativo
- 3.3. Principales mecanismos de coordinación
- 3.4. Departamentos y organigramas
- 3.5. Centralización y descentralización
- 3.6. El “empowerment”
- 3.7. La comunicación en la empresa

- 3.7.1. La comunicación interna
- 3.7.2. La comunicación externa
- 3.8. La revolución de las tecnologías de la información

TEMA 4: LA FUNCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA Y LA ORGANIZACIÓN DEPORTIVA

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo será capaz de:

- Identificar las funciones que ejerce la dirección de recursos humanos
- Saber analizar un lugar de trabajo
- Analizar la importancia de la formación en el desarrollo de los trabajadores
- Identificar los objetivos de evaluación del trabajo
- Saber cómo se motiva a las personas
- Comprender que significa la cultura organizativa y qué significa la gestión del conocimiento

Contenido

- 4.1. La función de recursos humanos en la empresa deportiva: concepto y objetivos
- 4.2. La planificación de los recursos humanos
- 4.3. Las competencias profesionales
- 4.4. Competencias y puestos de trabajo
- 4.5. Orientación, formación y desarrollo
- 4.6. Evaluación del desempeño
- 4.7. Motivación y clima laboral
- 4.8. Dirección y motivación
- 4.9. Cultura empresarial y gestión del conocimiento

TEMA 5: LA GESTIÓN ECONÓMICO FINANCIERA EN LA EMPRESA Y LA ENTIDAD DEPORTIVA

Resultados del aprendizaje

El estudiante una vez asimilado el contenido de este capítulo y realizado los ejercicios será capaz de:

- Comprender qué es el Balance y la cuenta de resultados de una empresa y qué se refleja en ellos.
- Sintetizar la composición del activo y del pasivo de una empresa.
- Analizar el objetivo financiero de la empresa y comprender las decisiones financieras de la empresa.
- Comprender los conceptos de equilibrio económico-financiero de la empresa.
- Calcular el fondo de rotación y maniobra e interpretar el resultado.
- Conocer los ciclos de actividad de una empresa, calcular los periodos de maduración de una empresa e interpretar el resultado.
- Conocer y calcular los ratios como instrumento de análisis de la estructura económico-financiera, y evaluar los resultados.

Contenido

- 1.1. La sostenibilidad empresarial
- 1.2. Inversión y financiación
 - 1.2.1. Estudio económico-financiero
- 1.3. El balance de situación
- 1.4. La cuenta de resultados
 - 1.4.1. Formato y composición de la cuenta de resultados
- 1.5. Las cuentas de tesorería

TEMA 6: INTRODUCCIÓN A LAS DECISIONES DE MARKETING EN LA EMPRESA Y LA ENTIDAD DEPORTIVA

Resultados del aprendizaje

El estudiante una vez leído este capítulo y realizado los ejercicios será capaz de:

- Conocer la orientación de la empresa deportiva hacia el cliente.
- Distinguir las diferentes clases de mercados.
- Aprender el concepto de elasticidad de la demanda y sus tipos.
- Identificar las variables del marketing mix.

Contenido

- 6.1. Entorno, mercado, industria, globalización y competencia: los factores claves.
- 6.2. Evolución de la sociedad y los mercados desde el boom industrial de principios del siglo XX hasta la sociedad de la información.
- 6.3. Los mercados sobresaturados del siglo XXI y la necesidad de innovación permanente.
- 6.4. La motivación de la compra de productos / servicios.
- 6.5. Las necesidades del consumidor (abiertas, latentes y ocultas)
- 6.6. Los factores de influencia en la decisión de compra de los consumidores (racionales y emocionales).
- 6.7. Modelo de negocio y competitividad.
- 6.8. El desarrollo de productos / servicios y, en consecuencia, de empresa en concordancia a las necesidades no cubiertas o mal cubiertas de los consumidores.
- 6.9. La creación de valor y la percepción de equilibrio entre utilidad y precio de los productos / servicios.
- 6.10. Qué es competitividad de un producto / servicio en el mercado: atributos tangibles e intangibles.
- 6.11. El rol del marketing en el desarrollo en el alcance del propósito empresarial.

4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Se basa en clases expositivas participativas, ejercicios de clase y los trabajos en casa. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han introducido en la clase. Es conveniente que el estudiante lleve a clase su ordenador portátil, ya que para la realización de algunos de los ejercicios se requiere el programa Excel.

SITUACIÓN EXCEPCIONAL POR EL COVID

Debido a la situación actual de excepcionalidad por el Covid se contempla la posibilidad de seguir la asignatura de forma semipresencial o 100% online si se debe confinar una parte de la clase, toda la clase o todo el centro siguiendo las instrucciones del “Departament d’Ensenyament” que se dicten en cada momento.

5 EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 40% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 60% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 60% + Nota Evaluación Continuada x 40%**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

6 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- BUENO CAMPOS, E. Introducción a la organización de empresas. Madrid: CIF, 2010.
- GOROSTEGUI, E. Fundamentos de Economía de la Empresa. Editorial Universitaria Ramón Areces, 2014.
- MAYNAR MARIÑO, P., BAÑEGIL PALACIOS, T. M., GALERA CASQUET, C. La economía de la empresa en el espacio de educación superior. McGraw-Hill, 2008.
- PLAN GENERAL DE CONTABILIDAD. REAL DECRETO 1514/2007, 16 DE NOVIEMBRE. Ed. Deusto. Barcelona, 2017.

7 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ANSOFF, H.I.: Corporate strategy, New York: McGraw-Hill. 1965.
- MAYNAR MARIÑO, P., BAÑEGIL PALACIOS, T. M., GALERA CASQUET, C. La economía de la empresa en el espacio de educación superior. McGraw-Hill. 2008.
- BUENO CAMPOS, E.: Dirección estratégica de la empresa. Metodología, técnicas y casos, 3.ª ed., Madrid. Pirámide. 1991.
- BUENO CAMPOS, E.: Curso básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización, 5.ª ed. Madrid. Pirámide. 2004.
- BUENO CAMPOS, E.: Organización de empresas. Estructura, procesos y modelos, 2.ª ed. Madrid. Pirámide. 2007.
- BUENO, E., CRUZ, I., DURÁN, J.: Economía de la empresa. Análisis de las decisiones empresariales,

14.ª ed., Madrid: Pirámide, 1991.

- BUENO, E., VALERO, F.J.: Los subsistemas de la organización, Madrid: Documentos IADE, n.º 2, UAM, 1985.
- KAST, F.E., ROSENZWEIG, J.E.: Administración en las organizaciones: un enfoque de sistemas, México. McGraw-Hill. 1979.
- KOONTZ, H., WEIHRICH, H.: Administración, 9.ª ed., México. McGraw-Hill. 1991.
- MINTZBERG, H.: La estructuración de las organizaciones. Barcelona. Ariel. 1984.
- ROBBINS, S.P.: Administración, teórica y práctica. México. Prentice Hall-Hisp. 1987.
- SIMON, H.A.: El comportamiento administrativo. Madrid. Aguilar. 1964.