

Guía docente

Fundamentos de la Empresa

Grado de Business Analytics



Contenido

1. ¿En qué consiste la asignatura?	2
2. ¿Qué se espera de ti?.....	2
3. Metodología	3
4. Plan de trabajo	5
5. Sistema y criterios de evaluación	7
6. Cómo contactar con el profesor	8
7. Bibliografía	8

1. ¿En qué consiste la asignatura?

La asignatura Fundamentos de la Empresa introduce al estudiante en la realidad de la empresa como organización clave dentro de los sistemas económicos. Se abordan los objetivos económicos y sociales de la empresa, la estructura organizativa, el papel del directivo y la función del empresario, así como las principales decisiones en recursos humanos, finanzas, marketing y operaciones.

En el grado de Business Analytics, esta asignatura proporciona la base conceptual para entender cómo se organiza, dirige y gestiona una empresa, conectando los aspectos estratégicos con las áreas funcionales. Es esencial para la formación profesional, ya que dota al estudiante de herramientas para analizar la organización empresarial, comprender su papel en la economía y participar en la toma de decisiones desde una perspectiva global, ética y sostenible.

Datos básicos de la asignatura

- Créditos ECTS: 6
- Carácter: Básica
- Idioma: Español
- Modalidad: Presencial
- Organización temporal: 1º curso, 1º semestre

2. ¿Qué se espera de ti?

A través de las 7 unidades didácticas de la asignatura **Fundamentos de la Empresa**, se pretenden desarrollar las siguientes competencias y habilidades:

Conocimientos y contenidos

La asignatura Fundamentos de la Empresa introduce al estudiante en el conocimiento básico del funcionamiento y estructura de la empresa como organización económica y social. Se abordan los conceptos fundamentales sobre la naturaleza y el propósito de la empresa, su papel en los distintos sistemas económicos y la evolución del pensamiento empresarial.

El programa incluye el estudio del empresario y su función en la economía moderna, la separación entre propiedad y control, y los retos del empresario en el siglo XXI. Asimismo, se analizan los principios de la cultura empresarial, la estrategia corporativa y los valores éticos que sustentan la igualdad de oportunidades, la cultura de la paz y los valores democráticos.

Finalmente, se introduce al estudiante en las áreas funcionales de la empresa: organización y desarrollo de personas, producción, financiación, contabilidad y fiscalidad, y marketing.

Competencias

- **C8:** Comprender los principios económicos y empresariales básicos aplicados a la gestión y organización de empresas.

- **C9:** Analizar las funciones fundamentales de la empresa y su interrelación dentro del sistema económico.
- **C10:** Aplicar los conocimientos teóricos y prácticos sobre estructura empresarial, gestión y estrategia para la resolución de problemas reales.

Habilidades y Destrezas

Al finalizar el semestre, serás capaz de:

- **HD3:** Desarrollar habilidades de análisis crítico y resolución de problemas en contextos empresariales.
- **HD4:** Fomentar la capacidad de trabajo autónomo, reflexión estratégica y aprendizaje continuo en el ámbito de la gestión.

Para alcanzar los objetivos de la asignatura, será necesario que participes en los debates que proponemos, pues de esta manera, conseguirás un aprendizaje más completo y enriquecedor. No queremos alumnos pasivos que reciban una información y que la procesen, queremos alumnos con opinión y con ganas de aprender y aportar otros puntos de vista. Para ello esperamos:

- Que participes en los foros de manera activa y aportando conocimiento y experiencias.
- Que trabajes en las actividades que te proponemos y las entregues en el plazo de tiempo estimado.
- Que seas capaz de valorar la importancia de la familia como agente educativo.
- Que comprendas la importancia de una buena relación familia-centro y cómo podemos mejorar esta relación.
- Que realices todas las consultas que necesites para entender todos los contenidos que tiene este módulo.

Comentado [PS1]: En lugar de Somos #Uaxmakers, poner el nombre de la titulación

3. Metodología

Aquí encontrarás los materiales clave para comenzar tu proceso de aprendizaje.



La **guía docente** que presentará la asignatura y su enfoque, para que entiendas mejor los contenidos y el contexto en el que trabajaremos.

La asignatura de Fundamentos de la Empresa se desarrolla de manera presencial, combinando explicaciones teóricas con un enfoque aplicado a la práctica empresarial. El objetivo es que adquieras una comprensión sólida de los conceptos fundamentales de la empresa y seas capaz de analizarlos y aplicarlos en situaciones reales a través de debates, casos, presentaciones y actividades colaborativas.

Esta asignatura se estructura en 7 temas que siguen una progresión lógica: desde la naturaleza de la empresa y los sistemas económicos, hasta el estudio de la estrategia, la organización y la dirección de las principales áreas funcionales (personas, operaciones, marketing y finanzas). Cada bloque combina teoría, práctica y actividades, de forma que los aprendizajes de un tema sirven de base para los siguientes.

Programas complementarios de la asignatura

- Esta asignatura incluye un módulo del **UAX Skill School Creative Thinking: Techniques and Tools for Success**. Este programa comenzará en las sesiones prácticas y continuará online por parte del alumnado, con seguimiento personalizado para garantizar su finalización antes del cierre del cuatrimestre.

Dinámica de las sesiones

- **Clases teóricas:** en cada tema se presentan los fundamentos conceptuales, con apoyo en materiales escritos y ejemplos prácticos. El profesor expone, explica y resuelve dudas, conectando los contenidos con la realidad de la gestión empresarial actual.
- **Clases prácticas / seminarios:** se resuelven casos y ejercicios aplicados a la empresa, tanto de manera guiada como autónoma, para afianzar la comprensión y fomentar el análisis crítico.
- **Actividades individuales:** a lo largo del semestre realizarás cuestionarios, reflexiones escritas y pequeñas tareas aplicadas. Se revisan y comentan en clase, permitiendo identificar mejoras y consolidar aprendizajes.
- **Actividades colaborativas:** trabajarás en equipos reducidos (3–5 personas) en presentaciones, análisis de casos y debates estructurados. Los resultados se discuten en clase y se contrastan con otras propuestas, favoreciendo el aprendizaje compartido.
- **Corrección en el aula:** muchas de las actividades, tanto individuales como grupales, se revisan durante las propias sesiones presenciales, garantizando un feedback inmediato.

Actividades formativas

- **Sesiones magistrales - 15 horas:** para la exposición de contenidos esenciales.
- **Clases participativas - 22 horas:** orientadas a la participación activa del alumnado.
- **Elaboración de proyectos y resolución de retos - 23 horas:** centradas en la adquisición de destrezas prácticas e instrumentales.
- **Estudio personal, resolución de casos o problemas y búsquedas bibliográficas- 82 horas:** orientadas a la autonomía del estudiante y al desarrollo de competencias investigadoras.
- **Tutorías- 5 horas:** seguimiento personalizado del progreso académico.
- **Pruebas de conocimiento- 3 horas:** cuestionarios, exámenes parciales o finales para valorar la asimilación de contenidos.

Las actividades deberán resolverse y entregarse dentro del plazo establecido a través del buzón habilitado en el aula virtual. En algunos casos también se presentarán en clase, lo que permitirá su evaluación y la obtención de un feedback personalizado. Estas actividades forman parte de la evaluación continua y tendrán un peso en la nota final.

Participación en foros

Se espera que el estudiante participe de manera activa en los debates y foros propuestos por el profesor, aportando ideas fundamentadas y fomentando el intercambio de conocimientos.

Examen parcial

El estudiante realizará un examen parcial, según lo previsto en el cronograma, que permitirá valorar el progreso en la adquisición de los contenidos y competencias de la asignatura.

Examen final

Para superar la asignatura será necesario realizar y aprobar el examen final en la convocatoria correspondiente, de acuerdo con la normativa de la universidad.

4. Plan de trabajo

El plan de trabajo que aquí te presentamos es el predefinido para superar la asignatura con éxito.

- Esta asignatura comienza el día **29/09/2025** y finaliza el **16/01/2026**.
- El **examen parcial** de la asignatura deberá realizarse el día **18/11/2025**.
- El **examen final** de la asignatura deberá realizarse en **enero de 2026** (fecha a confirmar por la Universidad).

Cronograma de Fundamentos de la Empresa

SEMANA	UNIDADES Y CONTENIDOS	ACTIVIDADES	
		INDIVIDUALES	COLABORATIVAS
SEMANA 1	LUNES - Bienvenida a la UAX MARTES - Presentación e Introducción de la Asignatura		
SEMANA 2	LUNES - Tema 1 - La Empresa y su Entorno MARTES - Práctica Tema 1	Caso Práctico Porter	Caso Práctico Entorno Empresarial
SEMANA 3	LUNES - FESTIVO		

Cronograma de Fundamentos de la Empresa

SEMANA	UNIDADES Y CONTENIDOS	ACTIVIDADES	
		INDIVIDUALES	COLABORATIVAS
	MARTES – Tema 2 – El empresario en el pensamiento económico		
SEMANA 4	LUNES – Práctica Tema 2 MARTES – Tema 3 – Estrategia Corporativa (Parte I)	Caso Práctico tema 2	Caso Práctico Tema 2
SEMANA 5	LUNES – Tema 3 – Cultura Organizacional (Parte II) MARTES – Práctica Tema 3	Caso Práctico análisis de Estrategia y Misión	Caso Práctico análisis de Misión Empresarial
SEMANA 6	LUNES – Tema 4 – Dirección y Función Organizativa (Parte I) MARTES – Práctica Tema 4	Caso Práctico Dirección	Caso Práctico Dirección
SEMANA 7	LUNES – Tema 4 – Tipos de Estructuras (Parte II) MARTES – Práctica Tema 4	Caso Práctico Planificación	Caso Práctico Planificación
SEMANA 8	LUNES – Repaso guiado MARTES – Examen Parcial		
SEMANA 9	LUNES – Tema 5 – Producción y Operaciones (Parte I) MARTES – Práctica Tema 5	Caso Práctico - producción	Caso Práctico - producción
SEMANA 10	LUNES – Tema 5 – Logística y mejora continua (Parte II) MARTES – Práctica Tema 5	Caso Práctico - Logística	Caso Práctico - Lean
SEMANA 11	LUNES – FESTIVO MARTES – Curso Coursera	Coursera - Creative Thinking: Techniques and Tools for Success	
SEMANA 12	LUNES – Tema 6 – Finanzas, contabilidad y fiscalidad y MARTES – Práctica Tema 6	Caso Práctico - Finanzas	Caso Práctico - Finanzas

Cronograma de Fundamentos de la Empresa			
SEMANA	UNIDADES Y CONTENIDOS	ACTIVIDADES	
		INDIVIDUALES	COLABORATIVAS
SEMANA 13	LUNES – Tema 7 – Marketing	Caso Práctico – Marketing	Caso Práctico – Marketing
	MARTES – Práctica Tema 7	Empresarial	Empresarial

5. Sistema y criterios de evaluación

Tu calificación final, estará en función del siguiente sistema de evaluación:

- El **50 %** de la nota será la que obtengas en la **evaluación continua**. Para ello se tendrá en cuenta:
 - Realización de prácticas y ejercicios propuestos: **20 %** de la nota final.
 - Presentación de trabajos individuales y/o en grupo: **20 %** de la nota final.
 - El curso de Coursera: ***Creative Thinking: Techniques and Tools for Success*** será un **10%** de la nota final.
- El examen parcial de la asignatura (no eliminatorio) supondrá el **10 % de la nota final**.
- El examen final de la asignatura supondrá el **40 % de la nota final**.

Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura y, además:

La nota media de todas las actividades en cada asignatura deberá ser igual o mayor de 5,0 sobre 10,0 para promediar con el examen. Al igual que la nota del examen deberá ser igual o mayor de 5,0 sobre 10,0 para promediar con las actividades.

Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria es necesario obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido el *feedback* correspondiente a las mismas por parte del profesor, o bien aquellas que no fueron entregadas.

6. Cómo contactar con el profesor

Puedes ponerte en contacto con el profesor de la asignatura, **Rafael Saucedo**, a través del servicio de mensajería del **Campus Virtual**. Para ello, deberás acceder al apartado “Mensajes” que encontrarás en la esquina superior derecha. Recibirás respuesta a la mayor brevedad posible.

Asimismo, puedes solicitar una tutoría en los días y horarios fijados en la asignatura accediendo a la **Sala de tutorías** del campus.

7. Bibliografía

Bibliografía Básica:

- Fernández Aguado, J., & Aguilar, J.
Fundamentos de organización de empresas: un enfoque estratégico. Ediciones CEF. ISBN: 978-84-454-39
- Keat, P. G., Young, P. K. Y., & Erfle, S.
Managerial Economics: Economic Tools for Today's Decision Makers. Pearson Education. ISBN: 978-1-292-215
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R.
Strategic Management: Theory: An Integrated Approach. Cengage Learning. ISBN: 978-0-357-129
- Daft, R. L.
Management. Cengage Learning. ISBN: 978-0-357-509
- Kotler, P., & Keller, K. L.
Marketing Management. Pearson Education.
- Brealey, R., Myers, S., & Allen, F.
Principles of Corporate Finance. McGraw-Hill Education.
- Fernández Aguado, J., & Aguilar, J. (s.f.). *Fundamentos de organización de empresas: un enfoque estratégico*. Ediciones CEF. ISBN: 978-84-454-39
- Keat, P. G., Young, P. K. Y., & Erfle, S. (s.f.). *Managerial Economics: Economic Tools for Today's Decision Makers*. Pearson Education. ISBN: 978-1-292-215

Bibliografía Complementaria:

- Porter, M. E. (2008). *Estrategia competitiva: Técnicas para analizar industrias y competidores* (6.ª ed.). Pirámide. ISBN: 978-84-368-2271-6

- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant* (ed. ampliada). Harvard Business Review Press. ISBN: 978-1-62527-449-6
- Rumelt, R. (2011). *Good strategy, bad strategy: The difference and why it matters*. Crown Business. ISBN: 978-0-307-88623-1
- Amason, A. C. (2011). *Strategic management: From theory to practice*. Routledge. ISBN: 978-0-415-87326-1
- Godin, S. (2019). *Esto es marketing*. Paidós Empresa. ISBN: 978-84-493-3531-4
- Besanko, D., Dranove, D., Schaefer, S., & Shanley, M. (2017). *Economics of strategy* (7.ª ed.). Wiley. ISBN: 978-1-119-21020-5
- University of Minnesota Libraries. (2016). *Fundamentals of business*. Open Textbook Library. <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/319>



© Universidad Alfonso X Mare Nostrum

UAX Universidad
Alfonso X el Sabio
Mare Nostrum