



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES
BADAJOZ
CURSO 07/08**



ASIGNATURA:

ECONOMÍA DE LA EMPRESA II

Titulación:

Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas

Curso:	Temporalidad ¹ :	Créditos:		
		Totales	Teóricos	Prácticos
2º	anual	10,5	8	3,5

Profesorado:

Apellidos, Nombre:

Página Web

González López, Óscar Rodrigo	http://gge.uex.es/Miembros/oscarweb/principal.htm
Maynar Mariño, Pilar	http://

Departamento:

Página Web

Dirección de Empresas y Sociología	
------------------------------------	--

Área:

Página Web

Organización de Empresas	
--------------------------	--

¹ 1º Cuatrimestre, 2º Cuatrimestre, Anual



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES
BADAJOZ
CURSO 07/08**



Objetivos:

Primer cuatrimestre:

1. Conocer las diferentes dimensiones del marketing, como técnica y filosofía, y valorar su importancia en el proceso de intercambio de valor y en la consecución de los objetivos de la organización.
2. Comprender la actividad comercial e identificar los conceptos básicos que la conforman, haciendo especial hincapié en una conceptualización abierta del marketing, que incluye tanto a organizaciones y sin ánimo de lucro como al intercambio de todo tipo de productos: bienes, servicios, ideas, acontecimientos,...
3. Valorar los distintos elementos no controlables por la organización y que inciden en la actividad comercial.
4. Estudiar las estrategias que las empresas llevan a cabo para dividir los mercados y satisfacer de forma más adecuado las necesidades de sus consumidores.
5. Analizar el proceso de decisión de compra y uso, así como de los factores que intervienen en él.
6. Conocer los distintos aspectos involucrados en el diseño y ejecución de las estrategias del marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación.
7. Fomentar la participación, el análisis crítico y la discusión de los aspectos relacionados con la disciplina del marketing.

Segundo cuatrimestre:

En la segunda parte de la asignatura se pretende facilitar a los alumnos aquellos conocimientos básicos para la correcta comprensión y valoración del área financiera de la empresa y de sus decisiones de inversión y financiación, así como la aplicación práctica de los conceptos, técnicas y modelos analizados a lo largo del curso. Con ello, perseguimos que los alumnos adquieran los conocimientos necesarios para desarrollar, posteriormente, una formación complementaria y más profunda en la asignatura de Dirección financiera.

Temario:

PRIMER CUATRIMESTRE

FUNDAMENTOS DE MARKETING

TEMA 1: Marketing. Conceptos básicos.

TEMA 2: El programa comercial.

ANÁLISIS DEL SISTEMA COMERCIAL

TEMA 3: El entorno de marketing.

TEMA 4: El mercado y la demanda.

TEMA 5: Segmentación del mercado.

TEMA 6: Comportamiento de compra.

ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

TEMA 7: Producto.



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES
BADAJOZ
CURSO 07/08**



SEGUNDO CUATRIMESTRE

- TEMA 1: La FUNCIÓN FINANCIERA Y SU ENTORNO.
TEMA 2: INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS Y CONTROL FINANCIERO.
TEMA 3: INVERSIÓN Y COSTE DE CAPITAL.
TEMA 4: FUENTES DE FINANCIACIÓN

Bibliografía:

PRIMER CUATRIMESTRE

Básica:

KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. "Introducción al Marketing". Prentice-Hall. Madrid 1999.

Complementaria:

- DÍEZ DE CASTRO, E. "Gestión de Precios". ESIC, Madrid (1999).
ESTEBAN, A. "Principios de Marketing". Pirámide, Madrid 1996.
KOTLER, P. "Dirección de Marketing. Edición del milenio". Prentice-Hall. Madrid 2000.
KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. "Mercadotecnia". Prentice-Hall Hispa-noamericana S.A., México 1996.
RIES, A. y RIES, L. "Las 22 Leyes inmutables de la marca". Mc Graw Hill. Madrid 2000.
SANTESSMASES, M. "Marketing. Conceptos y estrategias". Pirámide, Madrid 1996.
VELASCO, E. "El Precio. Variable estratégica de marketing". McGraw-Hill, Madrid (1995).

SEGUNDO CUATRIMESTRE

Bibliografía básica:

Sestao Pedreira, Manuel: Introducción a las Finanzas. Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.

Bibliografía complementaria:

- AGUIRRE SÁBADA, A.: Fundamentos de Economía y Organización de Empresas. Pirámide.
AMAT SALAS, O.: Análisis económico-financiero. Gestión 2000.
ARROYO, A. y PRAT, M.: Dirección Financiera. Deusto

BREALEY, R.A. y MYERS, S.C.: Fundamentos de financiación empresarial.

Mc Graw Hill. Interamericana.

BUENO CAMPOS, E.: Curso básico de Economía de la Empresa. Pirámide.

CRISTOBAL ZUBIZARRETA, J. M.: Fundamentos de financiación de la empresa, Centro de Estudios Ramón Areces.

DE PABLO LOPEZ, A.; FERRUZ AGUDO, L. y SANTAMARÍA, R.: Análisis práctico de decisiones de inversión y financiación en la empresa, Ariel.

DIEZ DE CASTRO, L. y otros.: Dirección Financiera: Planificación, Gestión y Control. Prentice Hall. Pearson.

DURÁN HERRERA, J.J.: Economía y dirección financiera de la empresa. Pirámide.

ERNST and YOUNG.: Factbook. Finanzas. Aranzadi. Navarra.

FERNÁNDEZ ALVAREZ, A.I.: Introducción a las finanzas. Civitas.

FERNÁNDEZ ALVAREZ, A.I. y GARCÍA OLALLA, M.: Las decisiones financieras de la empresa. Ariel Economía.

GARCÍA DEL JUNCO, J. Y OTROS.: Fundamentos de Gestión Empresarial. Pirámide.

GARCÍA DEL JUNCO, J Y OTROS: Gestión de empresas: Enfoques y técnicas en la práctica. Pirámide.

GONZÁLEZ PASCUAL, J.: Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera: Fundamentos teóricos y aplicaciones. Pirámide.

GONZÁLEZ PASCUAL, J.: Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera: Aplicaciones prácticas. Pirámide.

MAYNAR MARIÑO, P Y OTROS: La economía de la empresa en el espacio de educación superior. Mc Graw-Hill.

MORALES-ARCE MACÍAS, R.: Introducción a las finanzas para estudiantes de economía. UNED. Madrid.

PÉREZ GOROSTEGUI, E.: Introducción a la Administración de Empresas. Centro de Estudios Ramón Areces.

PÉREZ GOROSTEGUI, E. : Economía de la Empresa Aplicada. Pirámide.

SESTO PEDREIRA, M.: Introducción a las finanzas. Centro de Estudios Ramón Areces.

SUÁREZ SUÁREZ, A.: Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa. Pirámide.

TERMES, R.: Inversión y coste de capital. McGraw-Hill Interamericana, Madrid.

WESTON, J.F. y COPELAND, T.E.: Finanzas en administración. McGraw-Hill.

Bibliografía para prácticas:

ARROYO, A.M., PRAT, M., CORONADO, M. MORÁN, R. y ROBLES, F.: Doscientos ejercicios resueltos de dirección financiera. Deusto.

CASTILLO CLAVERO, AM. Y OTROS: Prácticas de Gestión de Empresas. Pirámide.

CONTRERAS, J.I., DURBÁN, S., PALACÍN, M.J. y RUIZ, R.J.: Casos prácticos de finanzas corporativas.



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES
BADAJOZ
CURSO 07/08**



McGraw-Hill.

FUENTE SÁNCHEZ, D.: Manual práctico de Dirección Financiera. Ramón Areces

GARCÍA GUTIÉRREZ, C., MASCAREÑAS, J. Y PÉREZ GOROSTEGUI, E.: Casos prácticos de inversión y financiación en la empresa. Pirámide.

GÓMEZ ANSON y otros: Problemas de Dirección Financiera. Civitas.

MARTIN FERNÁNDEZ, M. y otros.: Casos prácticos de Dirección Financiera. Pirámide.

ORTIGUEIRA BOBILLO, J.M.: Casos prácticos sobre análisis de inversiones y financiación PYMES. Pirámide.

REVELLÓ, J.M.: Valoración de Negocios: Una guía teórico práctica para valorar empresas. Ariel Economía.

VALLELADO, E. y AZOFRA V.: Práctica de Dirección Financiera. Pirámide. Madrid.

Enlaces:

PRIMER CUATRIMESTRE

- Portal de marketing para alumnos de la UEX: <http://educamarketing.unex.es>
- Asociación Americana de Marketing (AMA): <http://www.marketingpower.com/>
- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO): <http://www.aedemo.es>
- Base de datos sobre empresas, marketing y marcas: <http://www.axesor.es/>
- Business Marketing Association: <http://www.marketing.org>
- Canal Publicidad: <http://www.canalpublicidad.com>
- Diccionario de Marketing y comercio electrónico: <http://www.mixmarketing-online.com>
- Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC): <http://www.esic.es>
- Estudio General de Medios (EGM): <http://www.aimc.es/>
- Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo: <http://www.fecemd.org>
- Marketing Directo, portal de marketing y publicidad: <http://www.marketingdirecto.com/>
- Revista Distribución y Consumo: <http://www.mercasa.es/es/publicaciones/html/index2.html>
- Revista Emprendedores: <http://www.emprendedores.wanadoo.es/>
- Revista Journal of Marketing: <http://www.marketingpower.com/live/content1053.php>
- Revista Marketing+Ventas: <http://www.marketingmk.com/>
- TNS. Datos sobre audiencias: <http://www.sofresam.com/>
- TNS. Investigación de Mercados: <http://www.tnssofres.es/>



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES
BADAJOZ
CURSO 07/08



SEGUNDO CUATRIMESTRE

- Banco Central Europeo: www.ecb.int
- Banco de España: www.bde.es
- Banco Mundial: www.worldbank.org
- CECA: www.eca.es
- Ministerio de Economía: www.mineco.es
- Bolsa española: www.infobolsa.com
- Bolsa de Madrid: www.bolsamadrid.es
- Latibex: www.latibex.com
- Comisión Nacional del Mercado de Valores: www.cnmv.es
- Revista Actualidad Financiera: www.laley.net

Criterios de evaluación:

Para superar la asignatura es necesario aprobar las dos partes de forma independiente con al menos cinco puntos netos en cada una de ellas. Las calificaciones de cada parte serán guardadas en las convocatorias oficiales del presente curso y, de no superar alguna de las partes, en futuras convocatorias el alumno deberá presentarse a la asignatura completa.

Para aprobar la **primera parte de la asignatura (Marketing)** el alumno deberá superar una prueba escrita, formada por una parte tipo test y otra a completar, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y las habilidades adquiridas, así como la comprensión de los temas expuestos en clase y del material complementario. Esta prueba estará formada por preguntas tipo test de discriminación y por preguntas de evocación, reconocimiento e identificación y para superarla deberá obtener al menos la mitad de los puntos netos asignados a la totalidad del examen.

El examen final de la **segunda parte de la asignatura (Introducción a la Dirección Financiera)** consistirá en una prueba objetiva (teórica-práctica) de respuesta única con cuatro opciones de respuesta. Cada cuestión bien contestada sumará 3 puntos, las cuestiones mal contestadas restan 1 punto y las no contestadas, ni suman ni restan.

Formará parte del contenido de la asignatura, y, por tanto, **estará sujeto a evaluación**, toda lectura, actividad, caso, video, página *web*, trabajo o comentarios realizados por los profesores en el aula.

Este criterio se mantendrá para todas las convocatorias oficiales del **presente curso 2007-2008**.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES
BADAJOZ
CURSO 07/08



Tutorías:

Despacho:	1 ^{er} Cuatrimestre:	2 ^o Cuatrimestre:
Óscar Rodrigo González López (Despacho Nº 69)	Miércoles y Jueves: 11:00-12:00; 18:00-21:00	Martes : 18:00-21:00; Miércoles: 17:00-20:00; Jueves: 9:00-10:00; Viernes: 9:00-10:00
Pilar Maynar Mariño (Despacho nº 45)	Martes y Miércoles de 11 a 14 h.	Miércoles de 11 a 14 h; Jueves de 11 a 14 h.

Observaciones:

PRIMER CUATRIMESTRE

En algunos temas el profesor facilitará las transparencias de clases y otro tipo de material complementario para la profundización en el contenido del temario. Este material es de *obligada lectura* y su comprensión será evaluada en la prueba final de la asignatura. La totalidad del material será accesible a través del servicio de reprografía de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y parte del mismo se podrá descargar a través de la página web:

<http://educamarketing.unex.es/asignaturas.htm>

El material relacionado con las transparencias de clase supone exclusivamente el esquema de la asignatura y no el total de la materia a evaluar, por lo que deberá ser completado con las anotaciones de clase o con la bibliografía reseñada en este programa y con el material proporcionado por el profesor.

Para cualquier consulta o comentario el alumno podrá contactar con el profesor de la asignatura en orodrigo@unex.es.