

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2026/2027

Identificación y características de la asignatura											
Código	401976										
Denominación (español)	Empresa y Actividad Emprendedora										
Denominación (inglés)	Business Management and Entrepreneurship										
Titulaciones	Máster Universitario en Prevención de Riesgos Laborales										
Centro	Escuela de Ingenierías Industriales										
Módulo	Formación Metodológica										
Materia	Sistemas de Gestión										
Carácter	Obligatoria	Créditos ECTS	4,5	Semestre	1º						
Profesorado											
Nombre	Despacho	Correo-e			Página web						
Francisco Manuel Genereño Miranda	B.2.1	fgenmir@unex.es									
Área de conocimiento	Organización de Empresas										
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología										
Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno)											
Competencias(ver tabla en http://bit.ly/competenciasMUPRL)											
Competencias Básicas	Marcar con una "X"	Competencias Generales	Marcar con una "X"	Competencias Transversales	Marcar con una "X"	Competencias Específicas (I)	Marcar con una "X"	Competencias Específicas (II)	Marcar con una "X"	Competencias Específicas de Especialidad	Marcar con una "X"
CB6	X	CG1		CT1	X	CE1		CE10		CE01	
CB7	X	CG2	X	CT2	X	CE2		CE11		CE02	
CB8	X	CG3		CT3	X	CE3		CE12		CE03	
CB9	X	CG4		CT4	X	CE4		CE13		CE04	
CB10	X	CG5		CT5	X	CE5		CE14		CE05	
		CG6		CT6	X	CE6	X	CE15		CE06	
		CG7		CT7	X	CE7	X	CE16		CE07	
		CG8	X	CT8	X	CE8		CE17		CE08	
		CG9				CE9				CE09	
		CG10	X								
Contenidos											
Breve descripción del contenido											
La empresa y el empresario. La empresa como sistema. Decisiones sobre organización. Decisiones sobre recursos humanos. Decisiones sobre financiación e inversión. Dirección de operaciones. Dirección comercial. El proceso de marketing. El proceso de planificación y dirección de la empresa. Características y habilidades del emprendedor. Valoración y selección de ideas de negocio. Aspectos jurídicos de la innovación y la creación de empresas.											

Temario de la asignatura
Denominación del tema 1: La iniciativa emprendedora Contenidos del tema 1: 1.1. La actitud emprendedora. 1.2. Perfil del emprendedor. 1.3. Plan de empresa. Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Análisis de casos (2 horas, Seminario).
Denominación del tema 2: La empresa y el empresario Contenidos del tema 2: 2.1. El papel de la empresa en la Economía. 2.2. La empresa: concepto, elementos y funciones. 2.3. La figura del empresario. 2.4. Tipología de empresas. 2.5. La empresa como sistema. 2.6. El entorno empresarial. Descripción de las actividades prácticas del tema 1: Análisis de casos de éxito (1 hora, Grupo Grande). Análisis del entorno (1 hora, Seminario).
Denominación del tema 3: Estructura funcional de una empresa Contenidos del tema 3: 3.1. La dirección de la empresa. 3.2. La dirección financiera de la empresa. 3.3. La dirección comercial de la empresa. 3.4. La dirección de operaciones de empresa. 3.5. La dirección de personas. 3.6. Organización de la empresa. Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Elaboración de un diagnóstico DAFO (2 hora, Seminario).
Denominación del tema 4: La empresa y el mercado Contenidos del tema 4: 4.1. Concepto de mercado. 4.2. Introducción al marketing. 4.3. Estrategias de marketing. Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Diseño de estrategias de marketing (2 horas, Seminario).
Denominación del tema 5: Recursos para el negocio Contenidos del tema 5: 5.1. Fuentes de financiación. 5.2. Gestión financiera y análisis de inversiones. 5.3. Construcción de previsiones y planes financieros. Descripción de las actividades prácticas del tema 6: Desarrollo de un plan financiero (2 horas, Seminario).

Denominación del tema 6: Modelos de negocio

Contenidos del tema 6:

- 6.1. La idea de negocio.
- 6.2. El modelo Canvas.
- 6.3. El modelo Lean Start-Up.
- 6.4. El modelo de construcción de valor.
- 6.5. Comunicación de la idea de negocio.

Descripción de las actividades prácticas del tema 4:

Construcción de un modelo Canvas (2 horas, Grupo Grande).

Realización de una propuesta de valor (2 horas, Seminario).

Actividades formativas

Horas de trabajo del alumno/a por tema		Horas Gran grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	CH	L	O	S	TP	EP
1. Emprendim.	16	5				2		9
2. Empresa	10	4				1		5
3. Est. Funcional	11,5	4,5				2		5
4. Mercado	15	5				2		8
5. Recursos	17	6				2		9
6. Modelo Neg.	20	7				2		11
Evaluación	23	2,5						20,5
Act. Ev.1								
Act. Ev.2								
...								
Prueba Final	23	2,5						20,5
TOTAL	112,5	34				11		67,5

GG: Grupo Grande (85 estudiantes).

CH: Actividades de prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)

L: Actividades de laboratorio o prácticas de campo (15 estudiantes)

O: Actividades en sala de ordenadores o laboratorio de idiomas (20 estudiantes)

S: Actividades de seminario o de problemas en clase (40 estudiantes).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes

De entre las metodologías docentes incluidas en el plan de estudios del título, en la presente asignatura se utilizan las siguientes:

Metodologías docentes	Se indican con una "X" las utilizadas
1. Clases teóricas presenciales y/o virtuales.	X
2. Clases prácticas de problemas, de laboratorio, campo o aula de informática; presenciales y/o virtuales.	
3. Presentación de trabajos.	X
4. Visitas técnicas, exposiciones, conferencias, etc.	
5. Tutorías individuales o grupales.	X

6. Comunicación oral y escrita a través de foros en el ámbito de las TICs.	
7. Preparación y desarrollo de tareas, trabajos de investigación (individual y en grupo), lecturas, prácticas, etc., a través de medios impresos y tecnológicos.	X
8. Prácticas de empresa.	
9. Estudio del alumno. Preparación y análisis individual de textos, casos, problemas, etc.	X
10. Aprendizaje autónomo del alumno apoyado con recursos Web.	X
11. Aprendizaje basado en proyectos.	

Resultados de aprendizaje

Al final de la asignatura, se espera que el alumno sea capaz de:

- Conocer el concepto de empresa, entender su contexto normativo y comprender la importancia del entorno de la empresa y la influencia que genera sobre su actividad profesional.
- Conocer los pasos necesarios para la creación de una empresa, así como los diferentes tipos de empresa y sus distintas características.
- Elegir el organigrama y estructura adecuado para una organización, de acuerdo a su actividad, tamaño y recursos.
- Conocer las etapas de un proceso de planificación y desarrollar un proceso de planificación estratégica en una empresa.
- Identificar las áreas de decisión fundamentales de una empresa, así como adoptar decisiones básicas sobre aspectos operativos, comerciales y financieros de una organización.
- Elaborar un plan de empresa que desarrolle una idea de negocio y evalúe la viabilidad comercial y financiera de dicha idea.

Sistemas de evaluación

Criterios de evaluación

La asignatura se evaluará de acuerdo con los siguientes criterios de evaluación (CE) para cada una de las competencias que se relacionan:

CE1: Conocer el concepto de empresa, su tipología, estructura, contexto normativo y entorno en el que actúa. (CB6, CB7, CB10, CG2, CE6)

CE2: Conocer los pasos y procesos necesarios para la creación del plan estratégico de una empresa. (CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CG2, CG8, CE6, CE7)

CE3: Conocer y comprender el concepto actual de marketing, así como la importancia de las decisiones comerciales en las empresas. Reconocer la importancia de orientar la gestión de la empresa hacia la generación de valor para el cliente. (CB6, CB8, CG2, CG10, CT1, CT2, CT4, CT5, CT6, CT8, CE7).

CE4: Ser capaz de realizar un análisis financiero para una empresa o alternativa de inversión. (CB6, CB7, CG8, CG10, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CE6, CE7)

CE5: Ser capaz de redactar y comunicar un plan de negocio para una idea de empresa. (CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CG10, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CE6, CE7)

Actividades de evaluación

De entre las actividades de evaluación incluidas en el plan de estudios del título, en la presente asignatura se utilizan las siguientes:

	Rango establecido	Convocatoria ordinaria	Convocatoria extraordinaria	Evaluación global
1. Examen final teórico/práctico y/o exámenes parciales acumulativos y/o eliminatorios (presencial).	0%–70%	65%	65%	70%
2. Presentación y defensa de trabajos y memorias propuestos, individualmente y/o en grupo.	0%–25%	0%	0%	0%
3. Entrega de memorias o ejercicios propuestos (en aula o a través de plataforma Web).	20%–50%	25%	25%	20%
4. Asistencia, seguimiento y participación activa en las clases, prácticas y otras actividades presenciales y/o a través de plataforma Web.	10%–25%	10%	10%	10%

Descripción de las actividades de evaluación

Se plantean dos modalidades de evaluación a elegir:

A. EVALUACIÓN CONTINUA

B. EVALUACIÓN GLOBAL

Los plazos y la forma de elección de la modalidad de evaluación se encuentran recogidos en el artículo 4 de la normativa de Evaluación de las Titulaciones Oficiales de Grado y Máster de la Universidad de Extremadura (aprobada por resolución de 26 de octubre de 2020, DOE 212, de 3 de noviembre de 2020). En cualquier caso, en ausencia de solicitud expresa por parte del estudiante, la modalidad asignada será la de evaluación continua.

A. EVALUACIÓN CONTINUA

- 1. PRUEBAS ESCRITAS (R):** Suponen el 65% de la calificación final de la asignatura. La prueba consistirá en un **examen final** que se realizará en la fecha fijada por el Centro en su calendario oficial de exámenes. El examen final se estructura como un cuestionario de preguntas tipo test, de elección múltiple, y/o preguntas cortas y problemas. Para aprobar el examen final se requiere una nota igual o superior a 5, en una escala 0-10.
- 2. OTROS INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN (NR):** Suponen el 35% de la calificación final de la asignatura, se desarrollarán a lo largo del cuatrimestre, y tienen carácter no recuperable (NR). La calificación obtenida en este apartado computará para el cálculo de la calificación final de la asignatura, siempre y cuando el alumno haya aprobado el examen final de la asignatura.

2.1 Redacción y entrega de un trabajo, consistente en la realización de un plan de negocio: se valorará la realización correcta del mismo, atendiendo a su temática, objetivos y conclusiones alcanzadas. Del mismo modo, también se evaluará la redacción y originalidad de la propuesta, así como su exposición y presentación pública. Este instrumento supone el 25% de la calificación final de la asignatura.

2.2 Asistencia, seguimiento y participación activa en las clases, prácticas y otras actividades presenciales y/o a través de plataforma web. Este instrumento supone el 10% de la calificación final de la asignatura. Se valorará la participación activa del alumno en la asignatura, tanto en las actividades presenciales, como a través de la plataforma web (participación en foros de los diferentes temas). No recuperable.

B. EVALUACIÓN GLOBAL

Se realizará en la fecha fijada por el Centro en su calendario oficial de exámenes.

1. PRUEBA ESCRITA (R): La calificación de la prueba escrita supone el 70%. La prueba consistirá en un **examen final** que se realizará en la fecha fijada por el Centro en su calendario oficial de exámenes. El examen final se estructura como un cuestionario de preguntas tipo test, de elección múltiple, y/o preguntas cortas y problemas. Para aprobar el examen final se requiere una nota igual o superior a 5, en una escala 0-10. Esta parte del examen será conjunta para todos los alumnos.

2. REALIZACIÓN DE EJERCICIOS (R): Cuestiones prácticas y/o problemas, en la que el estudiante deberá demostrar competencias asociadas al conocimiento de actividades, ejercicios, prácticas y trabajos planteados en la asignatura. Este instrumento supone el 30% de la calificación final de la asignatura. Estas actividades, problemas y/o ejercicios se valorarán en una escala 0-10.

NR = No recuperable; R = Recuperable

Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía Básica:

- Albizu Gallastegi, E. y Landeta Rodríguez, J. (2017). *Dirección estratégica de los recursos humanos: Teoría y práctica*. Editorial Pirámide. Madrid.
- Bueno Campos, E. (2021). *Curso Básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización*. Editorial Pirámide. Madrid.
- Claver Cortés, E. y otros. (2018). *Los recursos humanos en la empresa: un enfoque directivo* (Nueva edición revisada). Editorial Civitas.
- Díez de Castro, E. P., Galán González, J. L. y Martín Armario, E. (2016). *Introducción a la Economía de la Empresa*. Editorial Pirámide. Madrid.
- Lacalle, M. C. y otros. (2014). *Economía para Ingenieros*. Editorial Thomson-Paraninfo. Madrid.

- Maynar, P. (2014). *La Economía de la Empresa en el Espacio de Educación Superior*. Editorial McGraw-Hill. Madrid.
- Miranda González, F. J., Rubio Lacoba, S., Chamorro Mera, A. y Bañegil Palacios, T. M. (2018). *Manual de Dirección de Operaciones*. Editorial Paraninfo. Madrid.
- Puchol Moreno, L. (2016). *Dirección y gestión de recursos humanos* (8ª edición). Editorial Díaz de Santos. Madrid.
- Santesmases Mestre, M. (2012). *Marketing: Conceptos y Estrategias* (6ª edición). Editorial Pirámide. Madrid.
- Santesmases Mestre, M., Merino Sanz, M. J., Sánchez Herrera, J. y Pintado Blanco, T. (2018). *Fundamentos de Marketing* (2ª edición adaptada al EEES). Editorial Pirámide. Madrid.

Bibliografía Complementaria:

- Ariza Montes, J. A. y Morales Fernández, E. J. (2021). *Gestión estratégica de personas y competencias*. Editorial McGraw-Hill. Madrid.
- Cubeiro, J. C. y Morcillo, P. (2014). *La Dirección y Gestión por Competencias*. Editorial Ramón Areces / ESIC.
- Gómez Fernández, J. M. (2015). *Recursos humanos. Fundamentos del comportamiento humano en la empresa*. Editorial Ediciones Encuentro. Madrid.
- Illera, C. y Gancedo, A. (2015). *Aspectos Estratégicos de la Dirección de la Producción*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.
- Illera, C. y Molli, J. (2018). *Dirección de la Producción: Prácticas y Ejercicios*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A. (2023). *Dirección de Marketing* (16ª edición). Editorial Pearson Educación. Madrid.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Páginas web

https://orientacionlaboral.unex.es/asesoramiento_autoempleo/
<https://merkado.unex.es/operaciones/>
<http://merkado.unex.es/calidad>
<http://campusvirtual.unex.es>
<https://www.extremaduraavante.es>