



## Guía docente de la asignatura

<b>Asignatura</b>	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA Y A LA EMPRESA		
<b>Materia</b>	EMPRESA		
<b>Módulo</b>	MATERIAS INSTRUMENTALES		
<b>Titulación</b>	GRADO EN INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN GRADO EN INGENIERÍA TELEMÁTICA GRADO EN INGENIERÍA DE TECNOLOGÍAS DE TELECOMUNICACIÓN GRADO EN INGENIERÍA DE SISTEMAS ELECTRÓNICOS		
<b>Plan</b>	416 (I.S.T.) 417 (I.T.) 460 (I.T.T.) 483 (I.S.E.)	<b>Código</b>	40869 (I.S.T.) 40930 (I.T.) 45010 (I.T.T.) 46545 (I.S.E.)
<b>Periodo de impartición</b>	1 <sup>er</sup> . CUATRIMESTRE	<b>Tipo/Carácter</b>	FORMACIÓN BÁSICA
<b>Nivel/Ciclo</b>	GRADO	<b>Curso</b>	2º
<b>Créditos ECTS</b>	6 ECTS		
<b>Lengua en que se imparte</b>	CASTELLANO		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Pedro Benito Moyano Pesquera Guillermo Aleixandre Mendizabal		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	TELÉFONO: 983 185672 E-MAIL: moyano@eco.uva, galeixam@eco.uva.es		
<b>Horario de tutorías</b>	Véase <a href="http://www.uva.es">www.uva.es</a> → Centros → Campus de Valladolid → Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación → Tutorías		
<b>Departamento</b>	ECONOMIA APLICADA		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

Entre las competencias que un ingeniero de telecomunicación debe poseer para su ejercicio profesional está la de tener un adecuado conocimiento de los principios generales que rigen la economía y el funcionamiento de las empresas, aunque posiblemente no los vaya a utilizar al comienzo de su carrera profesional, salvo que opte por la puesta en marcha de su propio negocio. Pero, sin duda, los usará posteriormente cuando empiece a participar en la toma de decisiones de carácter económico de la organización en la que trabaje.

En todo caso, esta asignatura debe permitir al alumno entender la ingeniería como una actividad económica realizada, mayoritariamente, en el entorno de la empresa privada. Esto no supone, en ningún caso, minusvalorar las actividades desarrolladas en la administración pública (organismos reguladores del sector o la universidad), o en instituciones privadas sin finalidad de lucro (fundaciones, centros tecnológicos, colegios profesionales, organizaciones sectoriales,...).

En todos los casos anteriores, el trabajo realizado por el ingeniero no debe circunscribirse sólo a aspectos técnicos. En no pocas ocasiones, la toma de decisiones tendrá que tener en consideración aspectos de otro tipo, entre los cuales están los de carácter económico, lo que implicará que el ingeniero necesite una formación que le permita desarrollar su actividad adecuadamente.

### 1.2 Relación con otras materias

La asignatura se encuentra directamente relacionada con las siguientes asignaturas optativas:

- **Economía aplicada a las telecomunicaciones** del Grado en Ingeniería de Sistemas de Telecomunicación
- **Organización de empresas y TIC** de los Grados en Ingeniería Telemática y en Ingeniería de Sistemas Electrónicos

### 1.3 Prerrequisitos

No existen condiciones previas excluyentes para cursar esta asignatura



## 2. Competencias

### 2.1 Generales

- GB1. Capacidad de razonamiento, análisis y síntesis.
- GB7. Conocimiento de los aspectos económico-financieros y de los elementos básicos de gestión de recursos humanos, organización y planificación de proyectos.
- GE6. Capacidad, y compromiso ético en la elaboración de soluciones de ingeniería y en las diversas situaciones de gestión de recursos humanos y de gestión económica, así como capacidad para comprender el impacto de las soluciones de Ingeniería en un contexto social global.
- GC1. Capacidad de organización, planificación y gestión del tiempo.
- GC2. Capacidad para comunicar, tanto por escrito como de forma oral, conocimientos, procedimientos, resultados e ideas relacionadas con las telecomunicaciones y la electrónica.
- GC3. Capacidad para trabajar en cualquier contexto, individual o en grupo, de aprendizaje o profesional, local o internacional, desde el respeto a los derechos fundamentales, de igualdad de sexo, raza o religión y los principios de accesibilidad universal, así como la cultura de paz.

### 2.2 Específicas

- B5. Conocimiento adecuado del concepto de empresa, marco institucional y jurídico de la empresa. Organización y gestión de empresas. Marketing.
- T16. Conocimiento de la normativa y la regulación de las telecomunicaciones en los ámbitos nacional, europeo e internacional.



### 3. Objetivos

---

- Aplicar los principios básicos de la economía y de la empresa al sector de las telecomunicaciones.
- Identificar los distintos tipos de empresas, estructuras de mercado, siendo capaz de deducir precios y cantidades en cada uno de ellos.
- Distinguir los tipos de costes de las empresas y sus fuentes de financiación.
- Interpretar el marco económico, jurídico e institucional de la empresa.





#### 4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	35	Estudio y trabajo autónomo individual	70
Clases prácticas	25	Estudio y trabajo autónomo grupal	20
Laboratorios	0		
Prácticas externas, clínicas o de campo	0		
Seminarios	0		
Otras actividades	0		
<b>Total presencial</b>	<b>60</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>90</b>





## 5. Bloques temáticos

### Bloque 1: Economía y empresa: principios básicos

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1.4

#### a. Contextualización y justificación

No es posible abordar una asignatura de introducción a la economía y la empresa sin dedicar un espacio a aquellas cuestiones que marcarán los aspectos conceptuales y metodológicos de toda ella. En este sentido, este bloque consta de tres temas que se centran en la descripción de los actores, instituciones y principios básicos de la organización y el funcionamiento de la economía. Describir los actores participantes en la economía implica definir la empresa, sus clases, elementos y funciones. Además, es imprescindible poder describir y juzgar la situación y la evolución de la empresa a partir de su información contable.

#### b. Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este bloque temático, el alumno deberá ser capaz de:

- Definir los conceptos de economía y empresa.
- Describir los participantes e instituciones de la economía de mercado y el funcionamiento de dicha economía a través del flujo circular de la renta.
- Caracterizar la figura del empresario y su papel en la empresa.
- Clasificar las empresas por distintos criterios.
- Describir la información contenida en el balance y en la cuenta de pérdidas y ganancias de la empresa.
- Analizar la situación de la empresa a partir de la información contable disponible y utilizar los ratios básicos del análisis financiero-contable.

#### c. Contenidos

##### TEMA 1: Conceptos previos

- 1.1 Objetivos
- 1.2 El objeto de la economía
- 1.3 Un modelo sencillo: el flujo circular de la renta
- 1.4 Algunos principios básicos del funcionamiento de la economía
- 1.5 Resumen

##### TEMA 2: La empresa y el empresario

- 2.1 Objetivos
- 2.2 La empresa: concepto, elementos y funciones
- 2.3 La figura del empresario
- 2.4 Clases de empresas
- 2.5 Objetivos de la empresa
- 2.6 Los modelos de negocio
- 2.7 La dirección estratégica de la empresa



2.8 Resumen

**Tema 3: La información contable y financiera de la empresa**

3.1 Objetivos

3.2 El patrimonio de la empresa: balance de situación

3.3 El resultado de la empresa: cuenta de pérdidas y ganancias

3.4 La situación económica de la empresa mediante la información contable

3.5 El análisis económico y financiero mediante ratios

3.6 Resumen

---

**d. Métodos docentes**

- Clase magistral participativa.
- Resolución de problemas.

---

**e. Plan de trabajo**

Véase el Anexo I.

---

**f. Evaluación**

La evaluación de la adquisición de competencias se basará en:

- Valoración de la actitud y participación del alumno en las actividades formativas.
- Resolución de prácticas
- Prueba escrita al final del cuatrimestre.

---

**g. Bibliografía básica**

- N.G. Mankiw, *Principios de economía*, 5ª ed., Cengage Learning, cop. 2009.
- J.M. Blanco, *Economía. Teoría y Práctica*, 5ª ed., Mc-Graw Hill, 2010.
- P. Maynar Mariño (Dir.), *La economía de la empresa en el espacio de educación superior*, Mc-Graw Hill, 2009.

---

**h. Bibliografía complementaria**

- D. Beggs, R. Fischer, R. Dornbusch, *Economía*, Pearson, 2002.
- I. Cepeda, M. Lacalle, J.R. Simón, D. Romero, *Economía para ingenieros*, Thomson, 2004.
- M.J. González, A. Pérez, *Introducción a la economía*, Pearson, 2003.
- R.E. Hall, M. Lieberman, *Economía. Principios y aplicaciones*, Thomson, 2003.
- M. Parkin, *Economía*, Pearson, 2004.
- P.A. Samuelson, W.D. Nordhaus, *Economía*, McGraw-Hill, 2002.
- A.S. Suárez Suárez, *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*, Pirámide, 2005.

---

**i. Recursos necesarios**



Serán necesarios los siguientes recursos, todos ellos facilitados por la UVa o el profesor:

- Entorno de trabajo en la plataforma Moodle ubicado en el Campus Virtual de la Universidad de Valladolid.
- Documentación de apoyo.

## Bloque 2: La empresa y los diferentes tipos de mercado

Carga de trabajo en créditos ECTS: 3.2

### a. Contextualización y justificación

A partir de los principios básicos expuestos en el bloque anterior, los cuatro temas del presente bloque analizan los elementos que condicionan la forma en que las empresas realizan su oferta de bienes y servicios. A partir de ese conocimiento se profundiza en el comportamiento empresarial tanto en mercados competitivos como en mercados no competitivos.

### b. Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este bloque temático, el alumno deberá ser capaz de:

- Analizar el comportamiento de las empresas en un mercado perfectamente competitivo.
- Explicar gráficamente y analíticamente el comportamiento de los costes de una empresa, distinguiendo entre el corto plazo y el largo plazo.
- Explicar los movimientos de los mercados perfectamente competitivos de productos y el proceso que le lleva a alcanzar su equilibrio.
- Analizar el comportamiento de las empresas en situaciones de competencia imperfecta y el funcionamiento de dichos mercados en su conjunto.

### c. Contenidos

#### Tema 4: Los mercados competitivos en el corto plazo: demanda y oferta

- 4.1 Objetivos
- 4.2 Tipos de mercados
- 4.3 Características de los mercados competitivos
- 4.4 La demanda
- 4.5 La oferta
- 4.6 El equilibrio del mercado
- 4.7 Resumen

#### Tema 5: Producción, costes, ingresos y beneficios empresariales

- 5.1 Objetivos
- 5.2 La función de producción
- 5.3 Los costes empresariales
- 5.4 Los beneficios empresariales
- 5.5 La demanda de factores productivos
- 5.6 Resumen



**Tema 6: La empresa en el mercado de competencia perfecta**

- 6.1 Objetivos
- 6.2 La producción óptima de la empresa competitiva
- 6.3 La oferta de la empresa y la oferta del mercado
- 6.4 El equilibrio del mercado en competencia perfecta
- 6.5 Resumen

**Tema 7: La empresa y los mercados no competitivos**

- 7.1 Objetivos
- 7.2 Características de los mercados de competencia imperfecta
- 7.3 El monopolio
- 7.4 La regulación del monopolio
- 7.5 El oligopolio
- 7.6 La competencia monopolística
- 7.7 Resumen

---

**d. Métodos docentes**

- Clase magistral participativa.
- Resolución de problemas.

---

**e. Plan de trabajo**

Véase el Anexo I.

---

**f. Evaluación**

La evaluación de la adquisición de competencias se basará en:

- Valoración de la actitud y participación del alumno en las actividades formativas.
- Resolución de prácticas
- Prueba escrita al final del cuatrimestre.

---

**g. Bibliografía básica**

- N.G. Mankiw, *Principios de economía*, 5ª ed., Cengage Learning, cop. 2009.
- J.M. Blanco, *Economía. Teoría y Práctica*, 5ª ed., Mc-Graw Hill, 2010.

---

**h. Bibliografía complementaria**

- D. Beggs, R. Fischer, R. Dornbusch. *Economía*, Pearson, 2002.
- I. Cepeda, M. Lacalle, J.R. Simón, D. Romero, *Economía para ingenieros*, Thomson, 2004.
- M.J. González, A. Pérez, *Introducción a la economía*, Pearson, 2003.
- R.E. Hall, M. Lieberman, *Economía. Principios y aplicaciones*, Thomson, 2003.
- M. Parkin, *Economía*, Pearson, 2004.
- P.A. Samuelson, W.D. Nordhaus, *Economía*, McGraw-Hill, 2002.



### i. Recursos necesarios

Serán necesarios los siguientes recursos, todos ellos facilitados por la UVa o el profesor:

- Entorno de trabajo en la plataforma Moodle ubicado en el Campus Virtual de la Universidad de Valladolid.
- Documentación de apoyo.

## Bloque 3: Las decisiones de inversión, financiación y comercialización

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1.4

### a. Contextualización y justificación

La adecuada captación de recursos financieros así como su correcta aplicación en los elementos del activo son aspectos de una importancia esencial para el logro de los objetivos empresariales. Más aun si se tiene en cuenta el espectacular desarrollo experimentado por los mercados financieros en los últimos tiempos, así como el surgimiento de innovadores sistemas de financiación bancarios y no bancarios específicos del segmento empresarial. No menos relevante resulta para una empresa el aspecto comercial. Aunque siempre ha existido, es en el entorno competitivo actual cuando el conocimiento sobre cómo realizar la actividad de comercialización de la forma más eficaz y eficiente adquiere una importancia vital para el éxito y la supervivencia de las empresas. Este hecho justifica la necesidad de que el estudiante que se inicia en el mundo de la gestión empresarial adquiera unos conocimientos básicos sobre la materia.

### b. Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este bloque temático, el alumno deberá ser capaz de:

- Valorar y jerarquizar proyectos empresariales desde una perspectiva financiera y describir alternativas de financiación disponibles para esos proyectos.
- Describir las actividades y decisiones que la empresa realiza en el ámbito del marketing.
- Analizar la situación del mercado donde compite la empresa.

### c. Contenidos

#### TEMA 8: Las decisiones de inversión y financiación en la empresa

- 8.1 Objetivos
- 8.2 Características financieras de las inversiones
- 8.3 Métodos cuantitativos de análisis de proyectos de inversión
- 8.4 Comparación y jerarquización de proyectos de inversión
- 8.5 Las fuentes de financiación de la empresa
- 8.6 Resumen

#### TEMA 9: Comercialización y marketing

- 9.1 Objetivos
- 9.2 Concepto de marketing
- 9.3 Definición y análisis del mercado
- 9.4 El marketing-mix
- 9.5 Resumen



---

#### **d. Métodos docentes**

---

- Clase magistral participativa
- Resolución de problemas

---

#### **e. Plan de trabajo**

---

Véase el Anexo I.

---

#### **f. Evaluación**

---

La evaluación de la adquisición de competencias se basará en:

- Valoración de la actitud y participación del alumno en las actividades formativas.
- Resolución de prácticas
- Prueba escrita al final del cuatrimestre.

---

#### **g. Bibliografía básica**

---

- P. Maynar Mariño (Dir.), *La economía de la empresa en el espacio de educación superior*, Mc-Graw Hill, 2009.
- A.S. Suárez Suárez, *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*, Pirámide, 2005.
- M. Santesmases, *Marketing: conceptos y estrategias*, Pirámide, 2005.

---

#### **h. Bibliografía complementaria**

---

- G. Randall, *Principios de marketing*, Thomson, 2003.
- R.J. Ruiz Martínez, A.M. Gil Corral, *Introducción a la dirección financiera*, Síntesis, 2006.
- O. Amat Salas, *Análisis económico-financiero*, Gestión 2000, 2004.

---

#### **i. Recursos necesarios**

---

Serán necesarios los siguientes recursos, todos ellos facilitados por la UVa o el profesor:

- Entorno de trabajo en la plataforma Moodle ubicado en el Campus Virtual de la Universidad de Valladolid.
- Documentación de apoyo.



## 6. Temporalización (por bloques temáticos)

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Bloque 1: Economía y empresa: principios básicos	1.4 ECTS	Semanas 1 a 3
Bloque 2: La empresa y los diferentes tipos de mercado	3.2 ECTS	Semanas 4 a 12
Bloque 3: Las decisiones de inversión, financiación y comercialización	1.4 ECTS	Semanas 13 a 15

## 7. Sistema de calificaciones – Tabla resumen

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Valoración de la actitud y participación del alumno en las actividades formativas en aula	5%	
Resolución de prácticas a lo largo de la asignatura	25%	
Examen final escrito	70%	

El examen extraordinario constará de un examen final escrito dividido en una parte teórica y otra práctica. Es condición necesaria para aprobar, superar ambas partes.

## 8. Consideraciones finales

- El Anexo I mencionado en la guía, donde se describe la planificación detallada, se entregará al comienzo de la asignatura.