



Universidad
de Alcalá

GUÍA DOCENTE

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

**Máster Universitario en
Interpretación de Conferencias Orientado a los
Negocios (MICONE)**

Universidad de Alcalá

Curso Académico 2020/21

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	ECONOMÍA Y NEGOCIOS
Código:	202529
Titulación en la que se imparte:	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INTERPRETACIÓN DE CONFERENCIAS ORIENTADO A LOS NEGOCIOS (MICONE)
Departamento y Área de Conocimiento:	ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Carácter:	Obligatorio
Créditos ECTS:	2 ECTS
Curso y cuatrimestre:	Anual
Profesorado:	Javier Carrillo Hermosilla
Horario de Tutoría:	Por determinar
Idioma en el que se imparte:	Español

1. PRESENTACIÓN

La finalidad de la asignatura es transmitir al alumno los conceptos y términos básicos sobre la empresa, el entorno con el que se relaciona y las formas de dirigir la gestión empresarial. Asimismo, se persigue que el alumno conozca y comprenda los aspectos más importantes que caracterizan a las diferentes áreas funcionales de la empresa: dirección y administración, marketing y finanzas, las principales decisiones que se toman en éstas y las relaciones existentes entre ellas.

Prerrequisitos y Recomendaciones:

Se requiere un nivel avanzado en el conocimiento de las lenguas de trabajo: C1/C2 (Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas).

Al tratarse de evaluación continua deberán realizarse las diferentes tareas que integran la asignatura (en los plazos indicados) y siguiendo las instrucciones de cada una de ellas.

La Universidad de Alcalá garantiza a sus estudiantes que, si por exigencias sanitarias las autoridades competentes impidieran la presencialidad total o parcial de la actividad docente, los planes docentes alcanzarían sus objetivos a través de una metodología de enseñanza aprendizaje y evaluación en formato online, que retornaría a la modalidad presencial en cuanto cesaran dichos impedimentos

2. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

- Ser capaz de identificar diferencias específicas culturales propias de las lenguas de la especialidad necesaria para la IC.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Conocimiento del mercado profesional de la IC, aspectos profesionales y reflexión crítica sobre las características laborales y el desarrollo de la profesión de intérprete.
- Comprender el metalenguaje profesional del ámbito en el que se interpreta.
- Saber trabajar en equipo y en un contexto internacional e interdisciplinar.
- Competencia documental especialmente orientada a la interpretación en el ámbito de la Economía y los Negocios.

3. CONTENIDOS

Bloques de contenido	créditos
1. La empresa y la función directiva. El emprendedor. 2. La dirección de recursos humanos. 3. La dirección de operaciones y producción. 4. La dirección comercial y de marketing. 5. La dirección financiera.	<ul style="list-style-type: none"> • 2 ECTS
TOTAL:	2 ECTS

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.-ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. Distribución de créditos (especificar en horas)

Número de horas presenciales:	16 horas. Asistencia a clases
Número de horas del trabajo propio del estudiante:	34 horas. Incluyen: lectura de textos, estudio, elaboración de diferentes actividades y preparación de exámenes.

Total horas	50 horas
-------------	----------

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

<p>La metodología de enseñanza-aprendizaje se basará en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explicación en el aula de los contenidos. • Trabajo autónomo • Tutorías personalizadas 	<p>Realización de actividades relacionadas con los contenidos vistos en el aula: reflexión crítica, debate, resolución de problemas. Realización de actividades de evaluación continua (test, exposición oral, entrega de trabajos).</p> <p>Lectura de textos y artículos alojados en el Aula Virtual, realización de ejercicios complementarios, estudio dedicado a la preparación de temas y exámenes.</p> <p>A través de las herramientas del Aula Virtual (mensajería y videoconferencia Blackboard collaborate).</p>
---	---

5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación

Para la evaluación del curso se valorarán la participación y los trabajos de clase, así como las actividades fuera de clase tanto individuales como en grupos, según los siguientes porcentajes:

- Examen: 40%
- Nota de clase: 60%

El trabajo continuado del estudiante será criterio orientador del sistema de evaluación. En consecuencia, la evaluación global se basará en la participación de los estudiantes en las sesiones teóricas y prácticas; la realización de ejercicios, trabajos y pruebas escritas; la preparación de presentaciones y exposiciones orales; el uso de recursos bibliográficos y electrónicos, y cualquier otra actividad específica que el profesor considere adecuada.

Excepcionalmente, aquellos estudiantes que cumplan los requisitos para una evaluación final de acuerdo con la normativa universitaria vigente (Art. 10, Normativa reguladora de los procesos de aprendizajes 24/03/2011) podrán hacer un examen final, previa autorización de la comisión académica del máster en los términos establecidos en la normativa referida. En este sentido, los alumnos deberán solicitarlo por escrito a la comisión en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura explicando las razones que le impiden seguir el sistema de evaluación continua.

Los estudiantes que no hayan aprobado la primera evaluación tanto mediante evaluación continua como mediante examen final tendrán derecho a una segunda evaluación en junio de características similares a la evaluación anterior.

En cualquier caso, el plagio o cualquier intento de engaño no se toleran y se penalizan con un suspenso.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica:

BUENO CAMPOS, F. (2005): *Curso Básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización*, 4ª edición, Ed. Pirámide, Madrid. ISBN: 9788436819113. <http://www.edicionespiramide.es/>

PÉREZ GORÓSTEGUI, E. (2009): *Curso de Introducción a la Economía de la Empresa*, 1ª edición, Ed. Universitaria Ramón Areces, Madrid. ISBN: 9788480049016. http://www.elcorteingles.es/tiendas_e/cda/cera/producto/0,5553,9788480049016,FF.html

SANTESMASES MESTRE, M. (2007): *Marketing: Conceptos y Estrategias*, 5ª edición revisada, Ed. Pirámide, Madrid. ISBN: 9788436818703. <http://www.edicionespiramide.es/>