

- SÁEZ TORRECILLA, A.: *Contabilidad general*, Volum 2, McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A., Madrid, 1995, 4a edició.
- *Pla general de comptabilitat*. Reial Decret 1643/1990, de 20 de desembre (BOE de 22 de desembre de 1990).
- Edició en català: *Pla general de comptabilitat 1991*. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A., Madrid, 1991.

Complementària

- CAÑIBANO CALVO, L.; J.A. GONZALO ANGULO: *Prácticas de contabilidad*. Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1990, 3a edició.
- SÁEZ TORRECILLA, A.: *Casos prácticos de contabilidad general*. Volum 2. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A., Madrid, 1995, 4a edició.

Avaluació

Al final del semestre es proposarà una prova de continguts teòrics i una de continguts pràctics. Per aprovar cal obtenir en cadascuna d'elles una qualificació mínima de 5 punts.

21313 - COMPTABILITAT III

Objectius

Posar de manifest la insuficiència de la comptabilitat financera com a sistema d'informació intern d'una organització. Calcular i analitzar els costos de l'empresa. Conèixer les classes de costos i els criteris i sistemes d'imputació dels mateixos a departaments i productes. Estudiar la rendibilitat dels productes o activitats de l'empresa. Entendre que la comptabilitat analítica i la comptabilitat de gestió són instruments de mesura i avaluació necessaris perquè la presa de decisions a l'empresa sigui el més correcta possible, conseqüència d'una major i millor informació. Avaluat les decisions preses en el passat i la gestió en general, corregint les desviacions respecte als desitjos de la direcció. Conèixer les principals eines de caràcter informàtic, com és el full de càlcul i com ajuda a la comptabilitat interna.

Continguts

1. Introducció a la comptabilitat analítica.
2. Classes de costos i conceptes fonamentals.
3. Relacions entre costos, beneficis i volum. El punt d'equilibri.
4. Acumulació i repartiment de costos. Costos per processos. Costos per ordres de treball. Productes conjunts i subproductes. Sistemes de costos basats en l'activitat. Costos estàndards.
5. Costos per a la presa de decisions. Decisions de producte. Decisions de preus. Decisions d'inversió.

Bibliografia.

- BLANCO IBARRA, F.: *Contabilidad de costes y de gestión*. Deusto. Bilbao, 1993.
- GENESCÀ, E.: *Lecciones de contabilidad analítica*. Pub. Departament Economia de l'Empresa. UAB.
- MALLO RODRÍGUEZ, C.: *Contabilidad de costes y de gestión*. Pirámide, Madrid, 1991.
- ROSANAS MARTÍ, J.M.; BALLARIN FREDES, A.: *Contabilidad de costes para toma de decisiones*. Desclée de Brouwer, Bilbao, 1994.
- SÁEZ TORRECILLA, A. i altres: *Contabilidad de costes y contabilidad de gestión*. Vol.1-2. McGraw-Hill, Madrid, 1995.

Avaluació

Examen final.

21314 - ECONOMIA DE L'EMPRESA I

Objectius

Coneixement de l'empresa en relació amb la seva naturalesa i en relació amb el sistema econòmic en el qual opera. Coneixement, comprensió i aplicació de les diverses tècniques utilitzades a l'àmbit del subsistema productiu de l'empresa.

Continguts

1. Empresa i sistema econòmic. Concepte i classes d'empreses: criteris jurídics i criteris socioeconòmics. Altres criteris de classificació d'empreses.
2. L'empresa i la seva dimensió. L'organització del sistema productiu envers les petites o a les grans empreses. Teories sobre la dimensió òptima de l'empresa.
3. L'empresa i el seu entorn. Les variables que influeixen en el funcionament de l'empresa. La responsabilitat social de l'empresa: models. El balanç social.
4. L'empresa i el mercat. Tipus de mercat i les seves implicacions per a l'empresa. Instruments de política comercial: producte, preu i publicitat. Concepte d'elasticitat.
5. L'empresa i el tipus de control: objectius de l'empresa. La maximització del benefici i la maximització dels ingressos. L'empresari: teoria econòmica *versus* teoria empírica de l'empresa.
6. Les funcions de producció, ingressos i costos en l'empresa. Òptim econòmic, òptim tècnic i mínim tècnic. El punt d'equilibri en l'empresa. Criteris de fixació de preus.
7. La programació de la producció: programació lineal. Funció objectiu i restriccions. L'algorisme gràfic i l'algorisme «Simplex». Introducció a la programació lineal sencera.

Bibliografia.

- BUENO, E.; CRUZ, I.; DURAN, J.J.: *Economía de la empresa. Análisis de las decisiones empresariales*. Ed. Pirámide.
- Departament d'Economia de l'Empresa. *Ejercicios de programación de la producción*. Escola Universitària d'Informàtica de Sabadell. UAB.
- Departament d'Economia de l'Empresa. *Casos de programación de la producción*. Escola Universitària d'Informàtica de Sabadell. UAB.
- SUÁREZ, A.S. *Curso de Introducción a la Economía de la Empresa*. Ed. Pirámide.

Hi haurà a disposició dels alumnes, en el servei de fotocòpies del centre, una o dues publicacions complementàries per tema.

Avaluació.

Examen.

21315 - ECONOMIA DE L'EMPRESA II**Objectius**

Coneixement integral dels diversos aspectes econòmics de l'empresa, ampliant els conceptes i tècniques estudiats als cursos anteriors. Estudi del procés de comercialització a l'empresa així com dels principals mètodes i tècniques utilitzats en l'esmentat procés.

Continguts

1. Tipologia de l'empresa moderna: la separació entre propietat i control. Hipòtesi de control: financer, gerencial i d'organització. L'empresa com a coalició d'interessos. L'enfocament de J. K. Galbraith: altres enfocaments. Objectius de l'empresa: rendibilitat *versus* creixement.
2. La participació dels treballadors en l'empresa: orígens i evolució. Objectius i instruments de la participació en el treball. Experiències sobre participació: balanç d'investigacions. Cogestió, autogestió i cooperativisme: experiències.
3. Models de comportament de l'empresa. Maximització del benefici *versus* maximització del creixement. Altres models de comportament empresarial. Rendiments constants i empresa multiproducte: programació lineal, punt d'equilibri i interval de punts d'equilibri.
4. Revisió i ampliació dels models d'inversió: reposició d'equips, risc i incertesa. Finançament empresarial: referència especial al finançament a llarg termini. Valoració de l'empresa: mètodes i criteris.
5. El subsistema de comercialització a l'empresa: el mercat, sistemes d'informació, tècniques i models. La investigació de mercats. Decisions en publicitat, preus i productes. La segmentació del mercat.

6. La previsió de vendes a l'empresa. Fonaments i tècniques utilitzades: regressió lineal i no lineal. Regressió lineal múltiple. Validació del model de regressió i extensions d'aquest.

Bibliografia

- DEPARTAMENT D'ECONOMIA DE L'EMPRESA. *Casos de economía empresarial*. Escola Universitària d'Informàtica de Sabadell. UAB.

Al llarg del curs, es donarà abundant bibliografia sobre cadascun dels temes del programa.

Avaluació

Lliurament dels casos pràctics (40% de la nota final) i examen (60% restant de la nota final)

21316 - ECONOMIA DE L'EMPRESA III**Objectius**

Coneixement integral dels diversos aspectes econòmics de l'empresa, ampliant els conceptes i tècniques estudiats als cursos anteriors. Estudi del procés de comercialització a l'empresa, així com dels principals mètodes i tècniques utilitzats en el procés esmentat.

Continguts

1. Tipologia de l'empresa moderna: la separació entre propietat i control. Hipòtesi de control: financer, gerencial i d'organització. L'empresa com a coalició d'interessos. L'enfocament de J. K. Galbraith: altres enfocaments. Objectius de l'empresa: rendibilitat *versus* creixement.
2. La participació dels treballadors en l'empresa: orígens i evolució. Objectius i instruments de la participació en el treball. Experiències sobre participació: balanç d'investigacions. Cogestió, autogestió i cooperativisme: experiències.
3. Models de comportament de l'empresa. Maximització del benefici *versus* maximització del creixement. Altres models de comportament empresarial. Rendiments constants i empresa multiproducte: programació lineal, punt d'equilibri i interval de punts d'equilibri.
4. Revisió i ampliació dels models d'inversió: reposició d'equips, risc i incertesa. Finançament empresarial: referència especial al finançament a llarg termini. Valoració de l'empresa: mètodes i criteris.
5. El subsistema de comercialització a l'empresa: el mercat, sistemes d'informació, tècniques i models. La investigació de mercats. Decisions en publicitat, preus i productes. La segmentació del mercat.