

**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.