

Análisis Empresarial y Diseños Organizativos**2014/2015**

Código: 102313
Créditos ECTS: 6

| Titulación | Tipo | Curso | Semestre |
|---|------|-------|----------|
| 2501572 Administració i Direcció d'Empreses | OT | 4 | 0 |
| 2501573 Economia | OT | 4 | 0 |

Contacto

Nombre: Pere Ortín Àngel
Correo electrónico: Pere.Ortin@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: català (cat)
Algún grupo íntegramente en inglés: No
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí
Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

No hay requisitos previos concretos.

La asignatura se ha diseñado como una continuación a las asignaturas de Economía de la Empresa I y Economía de la Empresa II.

En referencia a Economía de la Empresa I se pide repasar los temas referidos a creación de valor, capacidad competitiva y teoría de la decisión, especialmente en lo que hace referencia a decisiones secuenciales. La asignatura pone énfasis en los costes de transacción vinculados a la empresa, frente a los del mercado que han sido tratados con más profundidad en Economía de la Empresa II.

Objetivos y contextualización

Trasladar las principales reflexiones de la economía sobre cómo el diseño de las organizaciones empresariales pueden afectar a su capacidad de crear valor y por tanto a su competitividad. Se persigue que al final del curso el alumno sea capaz de:

1. Identificar los principales elementos o variables de diseño organizativo.
2. Analizar cómo estos elementos afectan a la capacidad de crear valor de la empresa y por tanto a su competitividad.
3. Identificar los principales factores externos que condicionan esta relación entre el diseño organizativo y la competitividad.
4. Comprender las interrelaciones entre las diferentes variables del diseño organizativo.

Competencias

Administració i Direcció d'Empreses

- Capacidad de adaptación a entornos cambiantes.
- Capacidad de comunicación oral y escrita en catalán, castellano e inglés, que permita sintetizar y presentar oralmente y por escrito el trabajo realizado.

- Capacidad de seguir aprendiendo en el futuro de forma autónoma, profundizando los conocimientos adquiridos o iniciándose en nuevas áreas de conocimiento
- Delegar la toma de decisiones a los colaboradores y proveerles de los incentivos necesarios para que dichas decisiones se tomen en beneficio del interés colectivo.
- Demostrar iniciativa y trabajar autónomamente cuando la situación lo requiera.
- Identificar a los competidores de las empresas, como interaccionan entre ellos y la elaboración de estrategias óptimas en cada caso para estimular la competitividad.
- Identificar las contribuciones positivas que las empresas realizan a la sociedad, desarrollando una gestión socialmente responsable, impulsando el desarrollo de instrumentos objetivos que permitan medir y valorar dichas contribuciones.
- Liderar equipos multidisciplinares y multiculturales, implementando nuevos proyectos, coordinando, negociando y gestionando los conflictos.
- Organizar el trabajo, en cuanto a una buena gestión del tiempo, ordenación y planificación del mismo.
- Seleccionar y generar la información necesaria para cada problema, analizarla, y tomar decisiones en base a la misma.
- Tomar decisiones en situaciones de incertidumbre, mostrando un espíritu emprendedor e innovador.
- Valorar el compromiso ético en el ejercicio profesional.

Economía

- Aplicar los conocimientos teóricos para mejorar las relaciones con los clientes y proveedores, identificando las ventajas e inconvenientes de sus relaciones para ambas partes empresa y clientes o proveedores.
- Capacidad de adaptación a entornos cambiantes.
- Capacidad de seguir aprendiendo en el futuro de forma autónoma, profundizando los conocimientos adquiridos o iniciándose en nuevas áreas de conocimiento.
- Delegar la toma de decisiones a los colaboradores y proveerles de los incentivos necesarios para que dichas decisiones se tomen en beneficio del interés colectivo.
- Demostrar que conocen los procesos de implementación de estrategias de las empresas.
- Identificar a los competidores de las empresas, como interaccionan entre ellos y la elaboración de estrategias óptimas en cada caso para estimular la competitividad.
- Identificar las contribuciones positivas que las empresas realizan a la sociedad, desarrollando una gestión socialmente responsable, impulsando el desarrollo de instrumentos objetivos que permitan medir y valorar dichas contribuciones.
- Iniciativa y capacidad de trabajar autónomamente cuando la situación lo requiera.
- Liderar equipos multidisciplinares y multiculturales, implementando nuevos proyectos, coordinando, negociando y gestionando los conflictos.
- Organizar el trabajo, en cuanto a una buena gestión del tiempo, ordenación y planificación del mismo.
- Seleccionar y generar la información necesaria para cada problema, analizarla, y tomar decisiones en base a la misma.
- Tomar decisiones en situaciones de incertidumbre, mostrando un espíritu emprendedor e innovador.
- Transmitir los objetivos de la empresa, departamento o trabajo que desarrolle, de una forma clara.
- Valorar el compromiso ético en el ejercicio profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Adaptar la formulación e implementación de estrategias a diferentes entornos, empresa familiar o empresas de reciente creación.
2. Analizar los principales sistemas de motivación disponibles en las empresas.
3. Aplicar los conocimientos sobre estructuras de mercado para identificar a los posibles competidores de las empresas y la forma de competir entre ellas.
4. Aplicar los procesos de formulación de estrategias a casos concretos.
5. Capacidad de adaptación a entornos cambiantes.
6. Capacidad de comunicación oral y escrita en catalán, castellano e inglés, que permita sintetizar y presentar oralmente y por escrito el trabajo realizado.
7. Capacidad de seguir aprendiendo en el futuro de forma autónoma, profundizando en los conocimientos adquiridos o iniciándose en nuevas áreas de conocimiento.
8. Capacidad de seguir aprendiendo en el futuro de manera autónoma, profundizando en los conocimientos adquiridos o iniciándose en nuevas áreas de conocimiento.

9. Clasificar las diferentes formas de competir de una empresa.
10. Demostrar iniciativa y trabajar de forma autónoma cuando la situación lo requiera.
11. Diseñar políticas de motivación eficientes.
12. Elaborar planes de empresas.
13. Enumerar las etapas y los procesos básicos en la formulación e implementación de una estrategia empresarial.
14. Enumerar los principales competidores de una empresa.
15. Evaluar el efecto de las diferentes estrategias en la competitividad de la empresa.
16. Explicar el origen y valorar la contribución de las empresas al bienestar social.
17. Fundamentar decisiones de estrategia empresarial.
18. Identificar las diferencias en la aplicación del marketing a diferentes sectores económicos o tipologías de organizaciones.
19. Iniciativa y capacidad de trabajar de forma autónoma cuando la situación lo requiera.
20. Liderar equipos multidisciplinares y multiculturales, implementar nuevos proyectos, coordinar, negociar y gestionar los conflictos.
21. Organizar el trabajo, con relación a una buena gestión del tiempo y a su ordenación y planificación.
22. Organizar el trabajo, con respecto a una buena gestión del tiempo y a su ordenación y planificación.
23. Relacionar la estrategia empresarial con los objetivos de las empresas y su desglose por departamentos o unidades de trabajo.
24. Seleccionar y generar la información necesaria para cada problema, analizarla y tomar decisiones partiendo de esta información.
25. Tomar decisiones en situaciones de incertidumbre y mostrar un espíritu emprendedor e innovador.
26. Valorar críticamente los problemas de eficiencia económica y de distribución de la riqueza generada por las empresas.
27. Valorar de forma crítica los problemas de eficiencia económica y de distribución de la riqueza generada por las empresas.
28. Valorar el compromiso ético en el ejercicio profesional.
29. Valorar la importancia de las relaciones comerciales a largo plazo con los clientes (marketing de relaciones).
30. Valorar la interacción entre la formulación estratégica y la organización interna de las empresas.
31. Valorar los principales conceptos e instrumentos del marketing.

Contenido

Tema 1. Introducción.

La empresa como un conjunto de decisiones secuenciales. La toma de decisiones y su implementación. La delegación de decisiones. Factores clave de su éxito. Beneficios y costes de la delegación de decisiones.

Tema 2. Conocimiento.

La delegación de decisiones y conocimientos. La adquisición y transmisión de conocimientos. Inversiones en formación. Retribuciones y capital humano. Planes de carrera.

Tema 3. Coordinación.

Sistemas habituales de coordinación. Planes de negocio, planes estratégicos, Balance Scorecards.

Tema 4. Información.

Sistemas de información. Requerimientos de los sistemas de información.

Tema 5. Conflicto de intereses.

Los contratos como vía de resolución de conflictos de interés. Problemas de asimetría de información y contratos. Contratos de incentivos.

Metodología

El objetivo de la asignatura es la aplicación de fundamentos teóricos rigurosos para analizar los problemas de diseño organizativo de las empresas.

Para esto es necesario:

1. Exponer las principales teorías.

Esto se hará a través de clases magistrales y lecturas adicionales.

2. Ejercicios para reforzar la comprensión de las teorías.

Esto se hará a través de clases prácticas.

3. Aplicaciones para analizar problemas concretos de la realidad o gestión empresarial.

Esto se hará a través de la discusión de casos.

Actividades

| Título | Horas | ECTS | Resultados de aprendizaje |
|---|-------|------|---|
| Tipo: Dirigidas | | | |
| Clases magistrales | 45 | 1,8 | 2, 4, 15, 9, 11, 12, 13, 16, 17, 18, 23, 27, 26, 31, 29, 30 |
| Tipo: Supervisadas | | | |
| Elaboración de ejercicios y casos | 45 | 1,8 | 5, 6, 7, 8, 10, 19, 20, 21, 22, 25, 24, 28 |
| Tipo: Autónomas | | | |
| Estudio y comprensión de los contenidos | 45 | 1,8 | 5, 6, 7, 8, 10, 19, 20, 21, 22, 25, 24, 28 |

Evaluación

La evaluación del curso consistirá en:

Examen final (ver calendario exámenes de la facultad). Se evaluará al alumno de todos los contenidos de la asignatura. Si la nota de l'examen final es igual o superior a 4, la nota de l'examen final representará el 40% de la nota final del curs. El 60% restante se basará en la evaluación del seguimiento del curso. Si la nota del examen final es inferior a 4 se suspenderá la asignatura sin posibilidad de re-evaluación.

Seguimiento del curso. El correcto seguimiento del curso exige la asistencia a clase y la realización de los ejercicios y actividades programadas. A lo largo del curso se controlarán todos estos aspectos dando lugar a una nota que representará el 60% de la nota final del curso.

Se considera a un alumno como no presentado cuando no participe en el examen final.

Al final del curso se harán públicas las calificaciones finales, el día, hora i lugar de revisión del examen.

Habrà re-evaluación para aquellos estudiantes que no hayan superado la asignatura y la nota final sea igual o superior a 4.

La re-evaluación consistirá en un nuevo examen.

El seguimiento del curso no se re-evaluará.

Como fruto de la re-evaluación la nota máxima será de 5.

Actividades de evaluación

| Título | Peso | Horas | ECTS | Resultados de aprendizaje |
|--------------------------------------|------|-------|------|---|
| Ver detalles en la información anexa | 100 | 15 | 0,6 | 1, 2, 3, 4, 15, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 13, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 25, 23, 24, 27, 26, 28, 31, 29, 30 |

Bibliografía

Galán, J.I. (2006) " Diseño Organizativo". Thompson Editores. Madrid.

Brickley J., Smith, C., Zimmerman J. (2005) "Economía Empresarial y Arquitectura de la Organización". 3 Edición, Mc Graw Hill.

Milgrom, P.; Roberts, J. "Economía, organización y gestión de la empresa". Ariel Economía, Barcelona (1993).

Lecturas avanzadas:

Gibbons, R, Roberts, J. Eds. (2013) The Handbook of Organizational Economics. Princeton University Press.

Salas, Vicente. "Economía de la empresa". 2ª edición. Ariel Economía, Barcelona (1996).