

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501572 Administración y Dirección de Empresas	OT	4	0
2501573 Economía	OT	4	0

Contacto

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

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (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, aunque no es imprescindible haberlas cursado.

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

El diseño de las organizaciones empresariales es el resultado de un proceso de delegación de decisiones. A lo largo de este curso se intenta abordar una serie de instrumentos conceptuales que permitan valorar monetariamente los beneficios y los costes de la delegación de decisiones, y por tanto entender cómo estas decisiones acaban afectando a la estructura organizativa de la empresa y a su capacidad para crear de valor y cómo consecuencia su capacidad competitivat.

Se persigue que al final del curso el alumno sea capaz de:

1. Identificar los principales determinantes de los beneficios y costes de delegar una decisión.
2. Identificar si una decisión se ha de delegar o no.
3. Identificar cuáles son los principales mecanismos para reducir los costes de la delegación de una decisión.
4. Valorar el coste máximo que la empresa ha de estar dispuesta a pagar por implementar los mecanismos mencionados anteriormente.

Competencias

Administración y Dirección de Empresas

- 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 y 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 cómo 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.

Costes de la descoordinación e importe máximo a pagar por un sistema de coordinación. Sistemas habituales de coordinación. Planes de negocio, planes estratégicos, Balance Scorecards.

Tema 4. Información.

Sistemas de información. Requerimientos de los sistemas de información. Valor esperado de la información perfecta e imperfecta.

Tema 5. Motivación.

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. Casos y ejercicios numéricos.

Para ilustrar los diferentes modelos teóricos se presentarán pequeños casos empresariales reales y se harán ejercicios numéricos relacionados con los casos.

Los casos se expondrán y discutirán por los alumnos en las clases prácticas.

3. Presentación final de curso.

Por grupos, se presentará una aplicación a un caso empresarial particular de los temas abordados en clase

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, 26, 27, 31, 29, 30
Tipo: Supervisadas			
Elaboración de ejercicios y casos	45	1,8	5, 6, 8, 7, 10, 19, 20, 22, 21, 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 evaluable 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-evaluaci3n para aquellos estudiantes que no hayan superado la asignatura y la nota final sea igual o superior a 4.

La re-evaluaci3n consistirá en un nuevo examen.

El seguimiento del curso no se re-evaluará.

Como fruto de la re-evaluaci3n la nota máxima serà de 5.

Actividades de evaluaci3n

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ver detalles en la informaci3n 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 Organizaci3n". 3 Edici3n, Mc Graw Hill.

Milgrom, P.; Roberts, J.(1993) "Economía, organizaci3n y gesti3n de la empresa". Ariel Economía, Barcelona.

Jost, P.J. (2014) "The Economics of Motivation and Organization. An Introduction". Edward Elgar Publishing Inc. Northampton, Massachusetts USA.

Lecturas avanzadas:

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

Salas, Vicente. "Economía de la empresa". 2ª edici3n. Ariel Economía, Barcelona (1996).