

Titulació	Tipus	Curs
Gestió, organització i economia de l'empresa / Management, Organization and Business Economics	OB	0

Professor/a de contacte

Nom: Joan Lluís Capelleras Segura

Correu electrònic: joanlluis.capelleras@uab.cat

Equip docent

Maria Teresa Bolivar Ramos

(Extern) Ignacio Contín Pilart

(Extern) Javier Cebollada Calvo

(Extern) Lucía Garcés Galdeano

(Extern) Pablo Arocena Garro

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

No hi ha prerequisits més enllà d'haver estat admès en el programa MMOBE.

Objectius

En finalitzar el mòdul, s'espera que l'estudiantat hagi adquirit una comprensió sòlida dels conceptes avançats i les eines analítiques aplicables a l'avaluació de l'acompliment competitiu de les empreses. En concret, el curs té com a objectius:

- Proporcionar a l'estudiantat els fonaments conceptuals i la lògica econòmica necessaris per comprendre i formular estratègies competitives, corporatives i internacionals. L'èmfasi se situa en la creació de valor, el posicionament estratègic i la definició del propòsit estratègic en entorns competitius.
- Desenvolupar la capacitat de l'estudiantat per avaluar l'acompliment o performance financer de l'empresa mitjançant la mesura i descomposició de la productivitat, l'eficiència, la rendibilitat i els costos, amb especial atenció a la identificació de les fonts de variació del rendiment entre empreses.

- Oferir una comprensió conceptual i empírica sòlida de la recerca en emprenedoria i innovació, tot promovent una visió crítica dels principals marcs teòrics, metodologies i preguntes d'investigació que configuren aquests processos.
 - Presentar una visió rigorosa de la recerca actual en màrqueting, que permeti a l'estudiantat entendre i avaluar críticament les àrees emergents d'estudi en aquest camp, així com analitzar-ne les implicacions per a l'estratègia i la posició competitiva de l'empresa.
 - Enfortir la capacitat de l'estudiantat per vincular teoria i pràctica. Davant d'un problema d'anàlisi del rendiment empresarial, l'estudiantat serà capaç d'identificar un marc teòric adequat, seleccionar les metodologies analítiques pertinents i dur a terme una anàlisi empírica fonamentada.
-

Competències

- Analitzar casos empresarials des d'una perspectiva teòrica amb la finalitat d'obtenir una major comprensió de les conductes en les organitzacions.
- Analitzar l'estructura i l'evolució dels mercats de productes, de factors i el comportament òptim de l'empresa en ells.
- Capacitat de lideratge i decisió.
- Capacitat per treballar en equips multidisciplinaris i internacionals.
- Comprendre, analitzar i resoldre problemes complexos relacionats amb l'eficiència de les organitzacions a partir d'un coneixement ampli dels instruments avançats de l'anàlisi econòmica de l'empresa.
- Comunicar els resultats de la recerca utilitzant els diversos mitjans disponibles a audiències diverses.
- Demostrar un coneixement de l'entorn econòmic i institucional en el qual els agents econòmics interactuen dins de, o a través de, organitzacions econòmiques.
- Desenvolupar el compromís ètic, social i mediambiental.
- Desenvolupar un pensament crític i constructiu enfront de treballs propis i aliens.
- Distingir les característiques i la interrelació de les diferents variables que condicionen l'estratègia corporativa.
- Dominar els instruments tècnics i informàtics necessaris per poder desenvolupar estudis aplicats.
- Elaborar propostes de foment de l'activitat empresarial sostenible basades en l'acompliment organitzatiu.
- Extreure conclusions vàlides per a la realitat empresarial a partir de les experiències obtingudes de l'anàlisi de casos.
- Habilitat per motivar les anàlisis, interpretar resultats i presentar-los de forma clara i concisa en anglès.
- Identificar les fonts d'informació rellevants i els seus continguts per a la seva posterior explotació.

Resultats d'aprenentatge

1. Aprofundir en les variables que caracteritzen l'estratègia corporativa de l'empresa.
2. Capacitat de lideratge i decisió.
3. Capacitat per treballar en equips multidisciplinaris i internacionals.
4. Comparar l'estructura i evolució dels mercats de productes i factors.
5. Comprendre el funcionament dels mercats.
6. Comunicar els resultats de la recerca utilitzant els diversos mitjans disponibles a audiències diverses.
7. Derivar polítiques empresarials destinades a la millora de l'acompliment organitzatiu.
8. Derivar polítiques empresarials destinades a la millora de l'avantatge competitiu.
9. Desenvolupar el compromís ètic, social i mediambiental.
10. Desenvolupar un pensament crític i constructiu enfront de treballs propis i aliens.
11. Distingir en la realitat empresarial les diferents estratègies empresarials.
12. Dominar els instruments tècnics i informàtics necessaris per poder desenvolupar estudis aplicats.
13. Dominar la teoria de la producció, la teoria dels nombres índexs i les diferents estratègies competitives.

14. Estudiar el comportament competitiu de les empreses en contextos diversos.
15. Habilitat per motivar les anàlisis, interpretar resultats i presentar-los de forma clara i concisa en anglès.
16. Identificar les diferents estratègies d'acompliment organitzatiu.
17. Identificar les fonts d'informació rellevants i els seus continguts per a la seva posterior explotació.
18. Valorar l'adaptació i el comportament òptim de l'empresa en aquests mercats.

Continguts

Aquest mòdul proporciona una visió teòrica i empírica de l'economia de l'anàlisi competitiva empresarial, amb especial atenció als avenços més recents i a les principals àrees de recerca en el camp. A partir dels fonaments de la teoria econòmica, les classes introdueixen i apliquen diferents enfocaments per a l'anàlisi de l'estratègia empresarial, el màrqueting i la seva traducció al performance de l'empresa. El mòdul també estableix la connexió entre la mesura del rendiment i la rendibilitat, el benefici, el cost i la taxa de rendiment dels actius. No es fa cap supòsit sobre la unitat sota avaluació, la qual cosa fa que la metodologia sigui adequada per a l'anàlisi del comportament de les organitzacions que no busquen maximitzar els beneficis. El mòdul també posa èmfasi en el paper fonamental de l'emprenedor en la dinàmica empresarial i examina els factors clau que influeixen en el comportament empenedor i en els processos d'innovació.

El mòdul es divideix en quatre parts: estratègia empresarial, mesura del rendiment, empenedoria i innovació, i màrqueting. Es treballaran els següents temes:

Economia de l'estratègia

1. Estratègia empresarial
2. Estratègia a nivell corporatiu
3. Estratègia internacional
4. Objectiu estratègic

Economia de la mesura del rendiment

1. Revisió de l'economia de la producció
2. Mesura de l'eficiència
3. Productivitat i rendibilitat
4. Productivitat i benefici
5. Productivitat i cost
6. Productivitat i rendibilitat dels actius

Emprenedoria i innovació

1. Emprenedoria i determinants individuals
2. Factors de l'entorn
3. Creixement de l'empresa
4. Estratègies d'innovació

Màrqueting

1. Segmentació individual

2. Personalització
3. Valor per al client
4. Models basats en la resposta

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes i discussió de casos	100	4	1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17
Tipus: Supervisades			
Pràctica i valoració del treball i casos	25	1	1, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Tipus: Autònomes			
Lectura de casos i preparació de pràctiques, estudi i elaboració d'esquemes.	85	3,4	1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18

El mòdul combina classes teòriques i sessions pràctiques que requereixen la participació activa de l'estudiantat.

Les activitats d'aprenentatge inclouen: seguir conferències sobre temes principals, resoldre problemes i exercicis amb la computadora, llegir i revisar críticament treballs acadèmics.

Aquest és un mòdul interactiu. Els preparatius de casos i les discussions en classe seran punts de referència importants del procés d'aprenentatge.

Les discussions proporcionen als estudiants l'oportunitat d'aplicar material de classe a problemes del món real. Altres sessions estaran dedicades principalment a material de conferències i discussions més curtes.

A més, el mòdul incorpora la metodologia *Value Creation Wheel* (VCW) com a eina de suport a la presa de decisions estratègiques. Aquesta metodologia permet abordar problemes complexos o ambigus de manera estructurada, generar solucions innovadores i facilitar decisions centrades en la creació de valor.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Exercicis	50	22	0,88	1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Participació a classe	10	2	0,08	2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 18

L'avaluació del mòdul consistirà en:

- Assignacions (presentació de revisió crítica d'articles, resolució de problemes, document final, etc.)
- Participació en classe.
- Prova (prova a meitat de curs i examen final)

Aquest mòdul no preveu el sistema d'avaluació única.

Un estudiant que no es presenta a cap prova avaluable es considera no avaluable, per tant, un estudiant que realitza alguna component d'avaluació continuada ja no pot ser qualificat com "no avaluable".

L'assistència a classe és obligatòria.

El mòdul queda aprovat quan la nota final és igual o superior a cinc.

Per a aquest mòdul, es permet l'ús de tecnologies d'intel·ligència artificial (IA) exclusivament en tasques de suport -com la cerca bibliogràfica o d'informació, la correcció de textos i aclariment d'idees -, llevat que el professorat doni instruccions específiques en sentit contrari. Els estudiants no han d'utilitzar eines d'IA per generar respostes completes, redactar seccions senceres dels treballs o resoldre preguntes d'examen. Qualsevol contingut generat amb IA s'ha d'identificar clarament. Els estudiants han d'especificar les eines d'IA utilitzades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes eines han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA en aquesta activitat avaluable es considerarà falta d'honestedat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

Bibliografia

- Anokhin, S. and J. Wincent (2012). "Start-up rates and innovation: A cross-country examination." *Journal of International Business Studies* 43(1), 41-60.
- Arocena P. and C. Waddams (2002), "Generating Efficiency: Economic and Environmental Regulation of Public and Private Generators in Spain." *International Journal of Industrial Organization* 20, 41-69.
- Arocena, P., L. Blázquez and E. Grifell-Tatjé (2011), "Assessing the Consequences of Industry Restructuring on Firms' Performance," *Journal of Economic Policy Reform* 14:1 (March), 21-39.
- Arocena P., D. Saal and T. Coelli (2012), "Vertical and horizontal scope economies in the regulated US electric power industry." *Journal of Industrial Economics* 60, 434-67.
- Audrestch, D.B. and M. Keilbach (2008), "Resolving the knowledge paradox: Knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth." *Research Policy* 37, 1697-1705.
- Autio, E. and Z. Acs (2010), "Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations." *Strategic Entrepreneurship Journal* 4, 234-251.
- Baum, J.R., E.A. Locke and K.G. Smith (2001), "A multidimensional model of venture growth",. *Academy of Management Journal* 44, 292-303.
- Besley, T., and M. Ghatak (2007), "Retailing public goods: the economics of corporate social responsibility", *Journal of Public Economics* 91(9), 1645-1663

- Blázquez, L. and E. Grifell-Tatjé (2011), (2011), "Evaluating the Regulator: Winners and Losers in the Regulation of Spanish Electricity Distribution," *Energy Economics* 33(5), 807-815.
- Bogetoft, P. (2012), *Performance Benchmarking. Measuring and Managing Performance*. New York. Springer.
- Brea-Solís, H., Grifell-Tatjé, E., 2019, "A Business Model Analysis of Kmart's Downfall", *International Journal of Retail & Distribution Management* 47 (2), 111-128.
- Brea-Solís, H., Grifell-Tatjé, E., 2023, "Winners and Losers of the Productivity Gains of the American Agricultural Sector," *Applied Economic* 55 (33), 3915-3930.
- Brea-Solís, H., R. Casadesus-Masanell & E. Grifell-Tatjé (2015), "BusinessModel Evaluation: Quantifying Walmart's Sources of Advantage," *Strategic Entrepreneurship Journal* 9(1), 12-33.
- Calleja Blanco, J., Grifell-Tatjé, E., 2016, "Potential Coopetition and Productivity among European Automobile Plants." in Aparicio, J., Lovell, C.A.K., and Pastor, J.T. (ed.), *Advances in Efficiency and Productivity*. Berlin: Springer, pp. 249-274.
- Capelleras J.L., K.M. Mole, F.J. Greene, and D.J. Storey (2008), "Do more heavily regulated economies have poorer performing new ventures? Evidence from Britain and Spain." *Journal of International Business Studies* 39, 688-704.
- Capelleras, J.L., I. Contin-Pilart and M. Larraza-Kintana (2011), "Publicly funded prestart support for new firms: who demands it and how it affects their employment growth". *Environment and Planning C: Government and Policy*, 29, 821-847.
- Capelleras, J.L., Confin-Pilart, I, Larraza-Kintana, M., Martin-Sanchez, V. (2019): "Entrepreneurs' human capital and growth aspirations: The moderating role of regional entrepreneurial culture", *Small Business Economics*, 52, 3-25.
- Casadesus-Masanell, R., & J. E. Ricart (2010),"From Strategy to Business Models and onto tactics," *Long Range Planning* 43: 195-215.
- Casadesus-Masanell, R., & J. E. Ricart (2011). "How to Design a Winning Business Model." *Harvard Business Review* 89(1-2), 100-107.
- Chen, X., Grifell-Tatjé, E., Fu, Tt., 2023, "A profit difference decomposition model for measuring group performance: an application to Chinese and Taiwanese commercial banks," *fOMEGA. The International Journal of Management Science* [Available online 20 May 2023].
- Contín I. and M. Larraza (2015), "Do entrepreneurial role models influence the nascent entrepreneurial activity of immigrants?" *Journal of Small Business Management* (Article first published online: 7 JAN 2015) [DOI:10.1111/jsbm.12153]
- Chintagunta, P.K., Chu, J. y Cebollada, J. (2012), "Quantifying Transaction Costs in Online / Offline Grocery Channel Choice", *Marketing Science*, January/February, 31 (1), 96-114.
- Davidsson, P. andB. Honing (2003), "The role of social and human capital among nascent entrepreneurs." *Journal of business Venturing* 18(3), 301-331.
- Engelen, A., V. Gupta, L. Strenger and M. Brettel (2015), "Entrepreneurial orientation, firm performance, and the moderating role of transformational leadership behaviors." *Journal of Management* 41(4),1069-1097.
- Estache, A. & E. Grifell-Tatjé (2013), "How (un) even was the distribution of the impacts of Mali's water privatizationacross stakeholders?" *Journal of Development Studies* 49(4), 483 - 499.
- Fernández-Kranz, D. and J. Santalo (2010), "When Necessity Becomes a Virtue: The Effect of Product Market Competition on Corporate Social Responsibility", *Journal of Economics and Management Strategy* 19(2), 453-487.

- Fisher, G. (2012); "Effectuation, causation, and bricolage: a behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research." *Entrepreneurship Theory and Practice* 36 (5), 1019-1051.
- Grifell-Tatjé, E., Lovell, C.A.K. (1997). "The Sources of Productivity Change in Spanish Banking". *European Journal of Operational Research* 98(2), 364 - 380.
- Grifell-Tatjé, E. & C.A.K. Lovell (1999), "Profits and Productivity". *Management Science*. 45(9), September: 1177 - 1193.
- Grifell-Tatjé, E. and C.A.K. Lovell (2015), *Productivity Accounting. The Economics of Business Performance*. New York: Cambridge University Press.
- Grifell-Tatjé, E., C.A.K. Lovell and R. Sickles (2018), "Chapter 1. Overview of Productivity Analysis: History, Issues and Perspectives," in E. Grifell-Tatjé, C.A.K. Lovell and R. Sickles, eds., *The Oxford Handbook of Productivity Analysis*, Oxford University Press: New York.
- Grifell-Tatjé, E., C.A.K. Lovell and P. Turon, (2018), "The Business Foundations of Social Economic Progress," *BRQ-Business Research Quarterly* 21 (4), 278 - 292.
- Grifell-Tatjé, E., C.A.K. Lovell, (2021), "Dual Productivity Analysis: A Konüs/Shephard Approach," *European Journal of Operational Research* 289 (1), 328-337.
- Guadagni, P.M. and J.D. Little, (1983) "A Logit Model of Brand Choice Calibrated on Scanner Data," *Marketing Science*, 2 (Summer), 203-238.
- Gupta, S., and D. Lehmann and S. Ames Stuart (2004), "Valuing customers," *Journal of Marketing Research* 41(1), 7-18.
- Heal, G. (2005), "Corporate Social Responsibility: An Economic and Financial Framework", *The Geneva Papers* 30, 387-409.
- Holt, D.B., Quelch, J.A., Taylor, E.L. (2004): "How global brands compete". *Harvard Business Review* 82 (9), 68-75.
- Howell, C., Grifell-Tatjé, E., (2022), "Market Heterogeneity and the Relationship between Competition and Price Dispersion: Evidence from the U.S. Airline Market," *Transport Policy* 125, 218-230.
- Howell, C., Grifell-Tatjé, E., 2023, "An Index Approach to Measuring Product Differentiation: A Hedonic Analysis of Airfares," *Review of Income and Wealth*, 69 (4), December, 952-974.
- Kumbhakar, S.C. and C.A.K. Lovell (2012), *Stochastic Frontier Analysis*, New York: Cambridge University Press.
- Siegel, D.S., and D.F. Vitaliano (2007), "An Empirical Analysis of the Strategic Use of Corporate Social Responsibility", *Journal of Economics & Management Strategy* 16(3), 773-792.
- Somech, A. and A. Drach-Zahavy (2013), "Translating team creativity to innovation implementation: the role of team composition and climate for innovation." *Journal of Management* 39, 684-708.
- Stoian, M.C.; A. Rialp and J. Rialp (2012), "International Marketing Strategy and Export Performance in Spanish SMEs: a Contingency Approach". *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 15, 213 - 236.
- Train, K.E., (2012) *Discrete Choice Methodswith Simulation*, New York :Cambridge University Press.
- Wiklund, J. and D. Shepherd (2003), "Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities." *Journal of Management Studies* 40 (8), 1919-1941.
- Winter, S.G. & G. Szulanski (2001), "Replication as Strategy," *Organization Science* 12(6), Nov/Dec: 730-743.

Programari

No es preveu la utilització de programari específic en aquest mòdul.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLABm) Pràctiques de laboratori (màster)	30	Anglès	segon quadrimestre	matí-mixt
(TEm) Teoria (màster)	30	Anglès	segon quadrimestre	matí-mixt