

Organització i Administració d'Empreses II (21852)

Titulació/estudi: Grau de Ciències Empresarials - Management

Curs: Segon.

Trimestre: Segon

Nombre de crèdits ECTS: 5

Hores de dedicació de l'estudiant: 125

Llengua o llengües de la docència: català (grup 1), castellà (grup 2)

Professor: David Rodríguez

1. Presentació de l'assignatura

L'assignatura té l'objectiu d'aprofundir en temes ja introduïts al curs d'Organització i Administració d'Empreses I i que requereixen d'una atenció especial. En particular, en aquest curs ens centrarem en tres punts clau: en primer lloc, el disseny de les organitzacions (estratègia i estructura); en segon lloc, diferents tipus d'organitzacions econòmiques i les implicacions que aquestes comporten; i, per últim, l'empresa i el seu entorn, la responsabilitat social corporativa.

Els continguts teòrics s'impartiran a classe i també mitjançant les lectures assignades i l'estudi de casos d'empreses. La lectura, comprensió i reflexió sobre els materials és fonamental per a complir amb èxit el curs. Aquests materials es treballaran a classe mitjançant discussions i també a través de tasques individuals o en grup.

2. Competències que s'han d'assolir

COMPETÈNCIES GENERALS

G10. Tenir una actitud proactiva en el desig de conèixer allò ignorat, imprescindibles en tot procés formatiu i en tota activitat professional amb projecció.

G11 Ser capaç d'aplicar amb flexibilitat i creativitat els coneixements adquirits i d'adaptar-los als contextos i situacions noves.

G12 Estar capacitat per progressar en els processos de formació i aprenentatge de manera autònoma i continua.

G13 Demostrar un nivell de coneixements suficient per a l'actuació professional

G14 Utilitzar la informació adequada en la formulació de propostes i la resolució de problemes.

G15 Adoptar decisions en situacions d'alt risc

G16 Identificar els factors claus d'un problema.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

1. Desenvolupar la capacitat analítica per analitzar la presa de decisions dins de les organitzacions.
2. Permetre identificar els factors de l'entorn de l'empresa que condicionen l'estratègia i el disseny organitzatiu.
3. Dotar d'eines metodològiques per a l'estudi de les organitzacions, en particular de l'economia de la informació.
4. Combinar el mètode del cas amb la lectura d'articles i anàlisi empírics rigorosos.
5. Ser capaç d'entendre i avaluar la idoneïtat dels diferents tipus d'organitzacions.
6. Entendre que l'activitat empresarial es veu afectada per l'entorn general (societat, *stakeholders*) i el sector empresarial al qual pertany.
7. Conèixer les diferents formes d'organització interna del negoci, i les seves implicacions a l'hora d'assignar tasques, avaluar i compensar.
8. Capacitat de dissenyar, per a una organització, sistemes d'incentius que contribueixin a alinear els interessos dels diferents *stakeholders*.
9. Conèixer les principals maneres d'internacionalitzar un negoci.
10. Entendre la importància de gestionar en la diversitat.

3. Continguts

BLOC 1. DISSENY DE L'ORGANITZACIÓ

Tema 1. Estratègia i organització

Tema 2. Conceptes fonamentals per al disseny de l'organització

Tema 3. Organitzar per millorar els resultats

Tema 4. Organitzar per créixer i innovar

Tema 5. Diversitat a les organitzacions

BLOC 2. ELS DIFERENTS TIPUS D'ORGANITZACIONS ECONÒMIQUES

Tema 6. Empresa pública vs. Empresa privada

Tema 7. Empreses cotitzades vs. Empreses no cotitzades

Tema 8. Empreses transnacionals

Tema 9. Empreses familiars

Tema 10. Les cooperatives

Tema 11. Entitats sense ànim de lucre

BLOC 3. L'EMPRESA I L'ENTORN: RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA

Tema 12. L'empresa i el seu entorn. L'estratègia institucional

Tema 13. La responsabilitat social corporativa

4. Avaluació

Per aprovar el curs, cal treure una nota mínima de 5, ponderada entre teoria i seminaris.

Teoria

L'avaluació de les classes de teoria es realitzarà mitjançant un test final d'elecció múltiple que comptarà el 50% de la nota final. Per superar el curs cal treure una nota mínima de 3 punts sobre 10.

Adicionalment els estudiants hauran de realitzar al llarg del curs un bloc de l'assignatura, en grups de 3-4 persones.

Seminaris

L'avaluació dels seminaris comptarà el 40% de la nota final. L'avaluació d'aquesta part contemplarà la participació activa, la realització de les tasques individuals que puguin ser assignades així com la presentació d'un treball final en grup.

La nota total final podrà ser ajustada per un factor que anirà entre el 0 i el 10% en funció de la participació activa a les classes de TEORIA.

La detecció de plagi de treballs o exercicis donarà lloc a una nota de 0 i la comunicació al Deganat per si escau obrir expedient disciplinari.

Avaluació extraordinària

En el cas de què un estudiant suspengui l'assignatura, haurà de realitzar una prova de compensació, consistent en un examen escrit.

5. Bibliografia i recursos didàctics

5.1. Bibliografia bàsica

LA EMPRESA MODERNA. Organización, estrategia y resultados

Autor: John Roberts

Editor: Antoni Bosch

5.2. Bibliografia complementària

TEORÍA ORGANIZACIONAL. Diseño y cambio en las organizaciones (5 ed.)

Autor: Gareth Jones

Editor: Pearson Education

MERCADOS, CONTRATOS Y EMPRESA

Autor: Antonio Serra Ramoneda

Editor: Servei de Publicacions, Universitat Autònoma de Barcelona.

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Autors: Gerry Johnson, Kevan Scholes

Editor: Pearson Education

5.3. Recursos didàctics

Materials disponibles a l'Aula Global

6. Metodologia

La durada del curs és de 10 setmanes.

El curs es divideix en dues sessions de teoria i una sessió de seminari per setmana. En total hi haurà 20 sessions de teoria de 1h 30min cadascuna i 6 sessions de seminaris de 1h30min cadascuna. Els seminaris comencen a la tercera setmana del curs.

A les classes de teoria es tractaran els continguts teòrics, il·lustrats amb exemples pràctics, i es promourà la participació mitjançant debats.

Les sessions de seminari es dedicaran a la discussió dels casos d'estudi, pensats per a aplicar els conceptes presentats a les classes de teoria. Les sessions es divideixen en 3 subgrups per a obtenir un ambient més participatiu i donar oportunitat als estudiants a que demostrin els conceptes apresos a classe. També es requerirà l'elaboració de tasques individuals i la presentació d'un treball final en grup.

7. Programació d'activitats

	Seminari	Teoria dijous	Teoria divendres
Setmana #1		Introducció de l'assignatura. T1. Estratègia i organització (I)	T1. Estratègia i organització (II)
Setmana #2		T2. Conceptes fonamentals per al disseny organitzatiu (I)	T2. Conceptes fonamentals per al disseny organitzatiu (II)
Setmana #3	Seminari #1	T3. Organitzar per a millorar els resultats (I)	T3. Organitzar per a millorar els resultats (II)
Setmana #4		T4. Organitzar per a créixer i innovar (I)	T4. Organitzar per a créixer i innovar (II)
Setmana #5	Seminari #2	T5. Diversitat a les organitzacions	T6. Empresa pública vs. Empresa privada
Setmana #6	Seminari #3	T7. Empreses cotitzades i empreses no cotitzades	T8. Empreses transnacionals
Setmana #7	Seminari #4	T9. Empreses familiars (I)	T7. Empreses familiars (II)
Setmana #8	Seminari #5	T8. Les cooperatives	T9. Entitats sense ànim de lucre
Setmana #9	Seminari #6	T10. L'empresa i el seu entorn	T11. La Responsabilitat Social Corporativa (I)
Setmana #10		T11. La Responsabilitat Social Corporativa (II)	Resum i revisió del material