

Plan Docente

1. Información descriptiva de la asignatura

- Nombre de la asignatura: **Organizaciones Económicas y Mercados**
- Curso académico: **2012-2013** Curso: **Segundo** Trimestres: **Segundo**
- Titulación / Estudios: **ADE/ECO**
- Código de la asignatura: **20840**
- Número de créditos: **ECTS5**
- Horas de dedicación del estudiante: **125**
- Lengua o lenguas de docencia: **castellano / catalán**
- Profesorado: **Benito Arruñada, Mircea Epure, Ivette Fuentes, Timo Sohl, Joan Tubau**

2. Presentación de la asignatura

“Organizaciones Económicas y Mercados” presenta, a nivel intermedio y dentro de un marco integrador, los principales conceptos y teorías de la Economía de las Organizaciones. Su objetivo es proporcionar al estudiante un conjunto de instrumentos operativos que le capaciten para analizar problemas empresariales y tomar decisiones, prestando especial atención a la capacidad para gestionar recursos humanos y comprender el entorno de la empresa.

La asignatura está estructurada en tres bloques temáticos, centrados en:

- El comportamiento de los individuos en la empresa y en el mercado.
- La estructura y gestión de los incentivos individuales y divisionales.
- La interacción entre las organizaciones y su entorno, tanto económico como político e institucional.

El seguimiento de la asignatura requiere dominar los contenidos de las asignaturas de primer curso “Economía de la Empresa”, “Microeconomía 1”, “Introducción a la Economía” e “Introducción a la Teoría de Juegos”. Asimismo, en todos los grupos se manejan lecturas y materiales en inglés.

El curso está construido para fomentar la capacidad analítica y la responsabilidad del estudiante, del que se exige que estudie las lecturas obligatorias de manera crítica y con antelación a las clases, que prepare los casos y ejercicios, y que participe de forma activa en las discusiones de clase. También se valora positivamente que busque y maneje información adicional, en especial el que siga día a día la actividad económica y empresarial, y aplique lo aprendido a casos reales.

3. Competencias a alcanzar con la asignatura

Competencias generales

1. Comprender e interpretar de manera pertinente y razonada textos escritos de nivel y carácter académicos.
2. Ser capaz de justificar con argumentos consistentes las propias posturas, así como de defenderlas públicamente.
3. Ser capaz de comunicarse con propiedad de forma oral y escrita en cualquiera de las dos lenguas oficiales de Cataluña, es decir, en catalán y en castellano, tanto ante audiencias expertas como inexpertas.
4. Ser capaz de trabajar en equipo, participando activamente en las tareas y negociando ante opiniones discrepantes hasta llegar a posiciones de consenso.
5. Desarrollar la capacidad de razonamiento autónomo con distancia crítica en temas o cuestiones controvertidas.
6. Aceptar la diversidad de puntos de vista como un ingrediente fundamental de la vida académica y consustancial a la sociedad contemporánea, y ser capaz de dar a conocer las propias opiniones dentro del respeto a las opiniones divergentes.
7. Tener consolidados hábitos de autodisciplina, autoexigencia y rigor en la realización del trabajo académico, así como en la organización y en su correcta temporalización.
8. Tener una actitud proactiva en el deseo de conocer aquello ignorado, imprescindibles en todo proceso formativo y en toda actividad profesional con proyección.
9. Ser capaz de aplicar con flexibilidad y creatividad los conocimientos adquiridos y de adaptarlos a contextos y situaciones nuevas.
10. Demostrar un nivel de conocimientos suficientes para la actuación profesional.
11. Utilizar la información adecuada en la formulación de propuestas y la resolución de problemas.
12. Aplicar el razonamiento económico a la toma de decisiones.
13. Aplicar los conocimientos y procedimientos relevantes a un abanico de situaciones complejas.
14. Identificar los factores claves de un problema.
15. Demostrar una aproximación crítica ante situaciones diversas.

* Estas competencias se corresponden textualmente con las competencias generales: G1, G2, G3, G6, G7, G8, G9, G10, G11, G13, G17, G18, G20, G21 y G22 de la "Memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales".

Competencias específicas

1. La asignatura permitirá al alumno desarrollar su capacidad analítica para analizar la toma de decisiones dentro de las organizaciones.
2. La asignatura permitirá al alumno identificar los factores del entorno de la empresa, que condicionan las decisiones del diseño organizativo.
3. La asignatura dotará de herramientas metodológicas para el estudio de las organizaciones, en particular de la economía de la información.
4. Los alumnos combinarán el método del caso con lectura de artículos, y análisis empíricos rigurosos.

* Estas competencias se corresponden textualmente con las competencias específicas de la "Memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales".

4. Contenidos de la asignatura**Bloque 1. El Comportamiento individual**

Tema 1. Nuevas perspectivas cognitivas

Tema 2. Implicaciones empresariales de la Psicología Evolutiva

Bloque 2. La Organización Económica

Tema 3. Gestión de incentivos

Tema 4. Delegación y divisionalización

Bloque 3. El Entorno Institucional

Tema 5. Mercado y política

Tema 6. El apoyo institucional de la contratación privada

Tema 7. La función de la empresa en la sociedad

5. Evaluación

La asignatura está basada en la evaluación continua del estudiante con un peso importante de la adquisición de conocimientos y habilidades.

1. La nota de seminarios representa un 30% de la nota total, mientras que el examen representa un 70%. Para aprobar el curso, ambas notas —del examen y de seminarios— deben ser como mínimo de "Aprobado" (5 sobre 10).
2. La nota de seminarios no se puede recuperar.
3. Los estudiantes que suspendan el examen final pueden recuperarlo. Este examen de recuperación tendrán lugar en mayo y pondera también un 70% de la nota total. El día exacto para la recuperación se anunciará durante el curso.
4. No se guardan notas parciales aprobadas (de examen o de seminarios) para sucesivos cursos académicos.
5. No se harán excepciones en estas reglas.

6. Bibliografía y recursos didácticos

- o ARROW, J.K. (1973), "Social Responsibility and Economic Efficiency," *Public Policy*, 21, 1973, 301-317
- o ARRUÑADA, B. (1990), *Economía de la empresa: un enfoque contractual*. Barcelona: Ariel.
- o ARRUÑADA, B. (1998), *Teoría contractual de la empresa*. Madrid: Marcial Pons.
- o ARRUÑADA, B. (2008), "Human Nature and Institutions", en Eric Brousseau and Jean-Michel Glachant, eds., *New Institutional Economics: A Guidebook*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 81-99.
- o BRICKLEY, J. A., C. W. SMITH Jr., y J. L. ZIMMERMAN (2007), *Organizational Architecture. A Managerial Economics Approach*. 4.^a ed. Chicago: Irwin.
- o COASE, R. H. (1960), "The Problem of Social Cost", *Journal of Law and Economics*, 3(octubre), 1-44.
- o COWEN, T. (2007), *Discover Your Inner Economist*, New York, NY: Dutton. (Traducción española: *Descubre al economista que llevas dentro*, Barcelona: Planeta, 2008).
- o CROOK, C. (2005), "The Good Company", *The Economist*, 20 de enero.
- o FEHR, E., y A. FALK (2002), "Psychological Foundations of Incentives", *European Economic Review*, 46(4-5), 687-724.
- o FRANKLIN, D. (2008), "Just Good Business", *The Economist*, 17 de enero.
- o FRIEDMAN, M. (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", *New York Times Magazine*, 13 de septiembre.

- o HAYEK, F.A. (1945), "The Use of Knowledge in Society", *The American Economic Review*, 35(4), 519-530.
- o JENSEN, M.C., y W.C. Meckling (1998), *Foundations of Organizational Strategy*, Chapter 12. Harvard University Press.
- o KERR, S. (1995), "On the Folly of Rewarding A, while Hoping for B", *Academy of Management Executive*, 9(1), 7-14.
- o NICHOLSON, N. (1998), "How Hardwired Is Human Behavior?", *Harvard Business Review*, 76(4), 134-147.

● Recursos didácticos:

- Los extractos relevantes de las lecturas están disponibles en un *dossier* en OCE, junto con algunos capítulos revisados.
- Los materiales adicionales de cada grupo estarán disponibles a través del Aula Global, *Moodle*, u otros medios.

7. Metodología

La metodología de la asignatura se basa en la autonomía del estudiante, el papel de mentor del profesor, y el trabajo sistemático y continuado.

Específicamente, se espera de los estudiantes que:

1. Estudien la lectura correspondiente a cada tema *antes* de la primera sesión del mismo. (Véase la sección "8. Programación de actividades").
2. Lean y reflexionen sobre las lecturas antes de las clases.
3. Hagan especial esfuerzo en seleccionar y sintetizar lo más importante de cada lectura.
4. Formulen sus dudas y preguntas que comunicarán oralmente (no por *email*) a los profesores antes o durante de las clases.
5. Asistan a todas las clases.
6. Se abstengan de utilizar en clase todo tipo de aparatos electrónicos, incluidos los ordenadores portátiles, y que silencien sus teléfonos móviles antes de entrar en ellas.
7. Respondan las preguntas de los profesores durante las clases y seminarios.
8. Entreguen todos los análisis de los casos y ejercicios asignados antes de las clases en que se éstos vayan a discutir.
9. Salvo especificación expresa en sentido contrario, los estudiantes se abstendrán de enviar correos electrónicos a los profesores.
10. Para facilitar el desarrollo de las clases, una vez se haya iniciadas éstas, los estudiantes se abstendrán de entrar en el aula.

Por su parte, los profesores:

1. Presentarán los puntos principales de cada tema en clase y resolverán las dudas y preguntas
2. Evaluarán el grado de entendimiento y conocimiento del material, preguntando en cada clase y de forma aleatoria a varios estudiantes sobre las lecturas y casos.

3. Ilustrarán la aplicación del material teórico a través del análisis de ejercicios y casos.
4. Indicarán en clase y distribuirán vía "Campus Global" u otros medios los materiales adicionales para prácticas y seminarios.

8. Programación orientativa de actividades

<i>Semana</i>	<i>Actividad en el aula agrupamiento / tipo de actividad</i>
Semana 1	Sesión 1: Introducción Sesión 1: Tema 1
Semana 2	Sesión 2: Tema 1 Sesión 2: Tema 1
Semana 3	Sesión 1: Tema 2 Sesión 2: Tema 2 Sesión 3: Seminario
Semana 4	Sesión 1: Tema 2 Sesión 2: Tema 3
Semana 5	Sesión 1: Tema 3 Sesión 2: Tema 3 Sesión 3: Seminario
Semana 6	Sesión 1: Tema 4 Sesión 2: Tema 4
Semana 7	Sesión 1: Tema 4 Sesión 2: Tema 5 Sesión 3: Seminario
Semana 8	Sesión 1: Tema 5 Sesión 2: Tema 6 Sesión 3: Seminario
Semana 9	Sesión 1: Tema 6 Sesión 2: Tema 7 Sesión 3: Seminario
Semana 10	Sesión 1: Tema 7 Sesión 2: Cuestiones finales y preguntas Sesión 3: Seminario

Recordatorio

1. Los estudiantes deben estudiar íntegramente la lectura correspondiente a cada tema (véase la sección "4. Contenidos") antes de la primera sesión del mismo.
2. Los estudiantes deben hacer especial esfuerzo en seleccionar y sintetizar las ideas más importantes de cada lectura.
3. Cada profesor indicará en clase y distribuirá vía "Campus Global" u otros medios los materiales adicionales para prácticas y seminarios.