

Organización y Administración de Empresas II (21852)

Titulación/estudio: Grado de Ciencias Empresariales - Management

Curso: segundo

Trimestre: segundo

Número de créditos ECTS: 5

Horas de dedicación del estudiante: 125

Lengua o lenguas de la docencia: castellano

Profesor: Dr. Antonio Márquez

1. Presentación de la asignatura

La presente asignatura tiene el objetivo de profundizar en temas ya introducidos en el curso de Administración y Organización de Empresas I y que requieren de una atención especial. En particular, en este curso nos centraremos en tres puntos clave: en primer lugar, el **diseño de las organizaciones (estrategia y estructura)**; en segundo lugar, el estudio de diferentes **tipos de organizaciones económicas** y las implicaciones que éstas conllevan; y por último, la empresa y su **entorno, la responsabilidad social corporativa**.

Los contenidos teóricos se impartirán en clase y también a través de lecturas asignadas y el estudio de casos de empresas. La lectura, comprensión y reflexión sobre los materiales es fundamental para cumplimentar con éxito el curso. Estos materiales se trabajarán en clase mediante **debates** y también a través de **trabajos en grupo**.

2. Competencias que se deben lograr

COMPETENCIAS GENERALES

- G10 Tener una actitud proactiva en el deseo de conocer aquello ignorado, imprescindibles en todo proceso formativo y en toda actividad profesional con proyección.
- G11. Ser capaz de aplicar con flexibilidad y creatividad los conocimientos adquiridos y de adaptarlos a contextos y situaciones nuevas.
- G12. Estar capacitado para progresar en los procesos de formación y aprendizaje de manera autónoma y continua.
- G13. Demostrar un nivel de conocimientos suficientes para la actuación profesional
- G14. Utilizar la información adecuada en la formulación de propuestas y la resolución de problemas
- G15. Adoptar decisiones en situaciones de alto riesgo
- G16. Identificar los factores claves de un problema

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Desarrollar la capacidad analítica para analizar la toma de decisiones dentro de las organizaciones.
2. Permitir identificar los factores del entorno de la empresa que condicionan la estrategia y el diseño organizativo.
3. Dotar de herramientas metodológicas para el estudio de las organizaciones, en particular de la economía de la información.
4. Combinar el método del caso con la lectura de artículos y análisis empíricos rigurosos.
5. Ser capaz de entender y evaluar la idoneidad de los diferentes tipos de organizaciones.
6. Entender que la actividad empresarial se ve afectada por el entorno general (sociedad, *stakeholders*) y el sector empresarial al que pertenece.
7. Conocer las diferentes formas de organización interna del negocio, y sus implicaciones a la hora de asignar tareas, evaluar y compensar.
8. Capacidad de diseñar, para una organización, sistemas de incentivos que contribuyan a alinear los intereses de los diferentes *stakeholders*.
9. Conocer las principales maneras de internacionalizar un negocio.
10. Entender la importancia de gestionar en la diversidad

3. Contenidos

BLOQUE 1. DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN

- Tema 1. Estrategia y organización
- Tema 2. Conceptos fundamentales para el diseño de la organización
- Tema 3. Organizar para mejorar los resultados
- Tema 4. Organizar para crecer e innovar
- Tema 5. Diversidad en las organizaciones

BLOQUE 2. LOS DIFERENTES TIPOS DE ORGANIZACIONES ECONÓMICAS

- Tema 6. Empresa pública vs. Empresa privada
- Tema 7. Empresas cotizadas vs. Empresas no cotizadas
- Tema 8. Empresas transnacionales
- Tema 9. Empresas familiares
- Tema 10. Las cooperativas
- Tema 11. Entidades no lucrativas

BLOQUE 3. EMPRESA Y ENTORNO: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- Tema 12. La empresa y su entorno. La estrategia institucional
- Tema 13. La responsabilidad social corporativa

4. Evaluación

Para aprobar el curso, debe sacarse una **nota mínima de 5**, ponderada entre teoría y seminarios.

Teoría (60%)

La evaluación de las clases de teoría se realizará mediante un **test final** de elección múltiple donde los **errores restarán un tercio**. La nota mínima de corte será de 3 puntos sobre 10.

Seminarios (40%)

La evaluación de los seminarios contará el 40% de la nota final.

La evaluación de las clases de Teoría y Seminarios contemplará la **participación activa y actitud positiva durante los debates y la realización y presentación de la tarea en grupo que se asignará.**

La nota total final podrá se ajustada por un factor que irá entre el 0 i el 10% en función de dicha participación.

La detección de plagio de trabajos o ejercicios conllevará una nota de 0 y la comunicación al Decanato para la eventual apertura de expediente disciplinario.

Evaluación extraordinaria

En el caso de suspender la asignatura, deberá superarse una prueba de compensación consistente en un **examen escrito**.

5. Bibliografía y recursos didácticos

5.1. Bibliografía básica

LA EMPRESA MODERNA. Organización, estrategia y resultados

Autor: John Roberts

Editor: Antoni Bosch

5.2. Bibliografía complementaria

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

Autores: Gerry Johnson, Kevan Scholes

Editor: Pearson Education

5.3. Recursos didácticos

Material en el Aula Global

6. Metodología

La duración del curso es de 10 semanas. El curso se divide en dos sesiones de teoría y una sesión de seminario por semana. En total habrá 20 sesiones de teoría de 1h30min cada una y 6 sesiones de seminarios de 1h30min cada una. Los seminarios comienzan en la cuarta semana del curso. En las clases de teoría se tratarán los contenidos teóricos ilustrados con ejemplos prácticos, y **se promoverá la participación mediante debates**. Las sesiones de seminario se dedicarán a la discusión de los casos de estudio o **dilemas empresariales**, pensados para aplicar los conceptos presentados en las clases de teoría. Las sesiones se dividen en 3 subgrupos para obtener un **ambiente más participativo** y dar la oportunidad a los estudiantes a que demuestren los conceptos aprendidos en clase. También se podrán asignar tareas individuales, y la presentación de un trabajo final en grupo.

7. Programación de actividades

	Seminario	Teoría lunes	Teoría martes
Semana #1		Introducción de la asignatura. T1. Estrategia y organización (I)	T1. Estrategia y organización (II)
Semana #2		T2. Conceptos fundamentales para el diseño organizativo (I)	T2. Conceptos fundamentales para el diseño organizativo (II)
Semana #3		T3. Organizar para mejorar los resultados (I)	T3. Organizar para mejorar los resultados (II)
Semana #4	Seminario #1	T4. Organizar para crecer e innovar (I)	T4. Organizar para crecer e innovar (II)
Semana #5	Seminario #2	T5. Diversidad en las organizaciones	T6. Empresa pública vs. Empresa privada
Semana #6	Seminario #3	T7. Empresas cotizadas y empresas no cotizadas	T8. Empresas transnacionales
Semana #7	Seminario #4	T9. Empresas familiares (I)	T7. Empresas familiares (II)
Semana #8	Seminario #5	T8. Las cooperativas	T9. Entidades sin ánimo de lucro
Semana #9	Seminario #6	T10. La empresa y su entorno	T11. La Responsabilidad Social Corporativa (I)
Semana #10		T11. La Responsabilidad Social Corporativa (II)	Resumen y revisión del material

