

Any acadèmic	2015-16
Assignatura	11320 - Organització i Estratègia Empresarial
Grup	Grup 1, 1S
Guia docent	A
Idioma	Català

## Identificació de l'assignatura

<b>Assignatura</b>	11320 - Organització i Estratègia Empresarial
<b>Crèdits</b>	0,8 de presencials (20 hores) 2,2 de no presencials (55 hores) 3 de totals (75 hores).
<b>Grup</b>	Grup 1, 1S (Campus Extens)
<b>Període d'impartició</b>	Primer semestre
<b>Idioma d'impartició</b>	Català

## Professors

Professor/a	Horari d'atenció als alumnes					
	Hora d'inici	Hora de fi	Dia	Data d'inici	Data de fi	Despatx
Aleix Calveras Maristany <a href="mailto:aleix.calveras@uib.es">aleix.calveras@uib.es</a>	11:00	12:00	Dimarts	07/09/2015	25/07/2016	DB106 - Cita per email
Gabriel Àngel Vich Martorell <a href="mailto:biel.vich@uib.es">biel.vich@uib.es</a>	17:00	18:00	Dilluns	01/09/2015	31/07/2016	DB011 - Amb cita prèvia

## Contextualització

Tal i com indica la memòria dels estudis del Master en Enginyeria Agronòmica, tot i que l'economia balear se centra en el sector serveis, turisme i fins ara la construcció, cal destacar que al voltant d'un 10% de la població activa de les Illes Balears es dedica al medi rural. La importància econòmica que exerceix el sector agrari en aquesta Comunitat Autònoma, segons les dades dels comptes econòmics de les Illes Balears del 2012, representa un 0,9% respecte al PIB de les Balears, i la indústria d'alimentació, un 7,8%. En definitiva, es podria assumir que l'aportació al PIB de les Balears, associada al sector agrari i alimentari, arriba a un 8,7%. Les indústries agroalimentàries constitueixen un petit sector lligat a l'horticultura i fructicultura de la zona, gens menyspreable. Per tot això, la importància del mòdul 'Gestió i organització d'empreses agroalimentàries' del qual aquesta assignatura forma part, és innegable.

En el marc del mòdul de gestió, l'assignatura 'Organització i estratègia empresarial' pretèn capacitar l'alumnat per a l'obtenció d'una visió completa i estratègica de la situació present, i potencialment futura, de l'empresa, en els seus diferents vessants organitzatius, econòmic-financeres, de recursos humans, comercials, etc. Dins aquest objectiu de capacitar l'alumnat per a l'obtenció d'una visió completa de l'empresa, l'assignatura prestarà especial atenció a l'àrea de màrqueting, facilitant als alumnes l'adquisició de coneixements adequats i capacitat per desenvolupar tècniques per a la investigació comercial.

## Requisits



Any acadèmic	2015-16
Assignatura	11320 - Organització i Estratègia Empresarial
Grup	Grup 1, 1S
Guia docent	A
Idioma	Català

## Competències

### Específiques

- \* E12 - Coneixements adequats i capacitat per a desenvolupar i aplicar tecnologia pròpia en els llenguatges i tècniques pròpies de l'organització i direcció de l'empresa agroalimentària..
- \* E14 - Coneixements adequats i capacitat per a desenvolupar i aplicar tecnologia pròpia en el màrqueting i sistemes de comercialització de productes agroalimentaris..

### Genèriques

- \* CB9 - Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions -i els coneixements i raons últimes que les sustenten- a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats..
- \* CB10 - Que els estudiants posseeixin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant d'una manera que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma..
- \* G1 - Capacitat per a planificar, organitzar, dirigir i controlar els sistemes i processos productius desenvolupats en el sector agrari i la indústria agroalimentària, en un marc que garanteixi la competitivitat de les empreses sense oblidar la protecció i conservació del medi ambient i la millora i desenvolupament sostenible del medi rural..

### Bàsiques

- \* Podeu consultar les competències bàsiques que l'estudiant ha d'haver assolit en acabar el màster a l'adreça següent: [http://estudis.uib.cat/master/comp\\_basiques/](http://estudis.uib.cat/master/comp_basiques/)

## Continguts

L'assignatura consta de dues parts: la part I versa sobre Estratègia empresarial, mentre que la part II se centra en els temes de Màrqueting.

### Continguts temàtics

#### Part I. Estratègia

- 1.. Els límits de l'empresa: creixement, subcontractació, integració vertical, etc.
- 2.. Anàlisi de l'entorn: les 5 forces de Porter
- 3.. Posicionament estratègic: avantatge competitiu i creació de valor
- 4.. Altres temes: anàlisi econòmic-financer, innovació, internacionalització, estratègia i tecnologies de la informació, responsabilitat social corporativa.

#### Part II. Màrqueting

- 5.. Introducció al Màrqueting
- 6.. Decisions de producte
- 7.. Decisions de preus
- 8.. Decisions de promoció
- 9.. Decisions de distribució



Any acadèmic	2015-16
Assignatura	11320 - Organització i Estratègia Empresarial
Grup	Grup I, IS
Guia docent	A
Idioma	Català

## Metodologia docent

Amb l'objecte de poder desenvolupar i avaluar les competències establertes anteriorment, en aquest apartat es descriuen les activitats de treball presencial i no presencial previstes al llarg del curs. En aquest sentit, cal destacar que, amb el propòsit d'afavorir l'autonomia i el treball personal de l'alumne, l'assignatura formarà part del projecte Campus Extens, dedicat a l'ensenyament flexible i a distància, el qual incorpora l'ús de la telemàtica a l'ensenyament universitari. Mitjançant la plataforma de teleeducació Moodle l'alumne tindrà a la seva disposició una comunicació en línia i a distància amb el professor, material docent en forma de documents electrònics, etc.

### Activitats de treball presencial

Modalitat	Nom	Tip. agr.	Descripció	Hores
Classes teòriques	Classe teòrica	Grup gran (G)	Presentar els coneixements que els alumnes han d'adquirir. Per facilitar - ho l'alumne disposarà de material docent divers i textos bàsics de referència per completar i profunditzar la teoria exposada a classe.	10
Classes pràctiques	Pràctiques	Grup gran (G)	Es fomentarà l'intercanvi d'opinions crítiques entre tots els participants i es facilitarà l'aplicació dels coneixements adquirits a les classes teòriques. Es discutiran casos pràctics vinculats amb els coneixements presentats (minicases de llibres de text, articles de premsa, lectures més llargues). Es plantejaran i resoldran exercicis. Així mateix també es faran presentacions de lectures i/o treballs i comentaris de les diverses lectures (i dels exercicis) per part dels alumnes a classe, individualment o en grup.	4
Avaluació	Examen I	Grup gran (G)	A meitats de l'assignatura, finalitzada la part I, es realitzarà un examen que avaluarà si l'alumne coneix i sap aplicar correctament els continguts i conceptes que formen part del bloc d'Estratègia. L'examen tindrà una durada màxima de 2hores	3
Avaluació	Examen II	Grup gran (G)	Al final de l'assignatura, finalitzada la part II, es realitzarà un examen que avaluarà si l'alumne coneix i sap aplicar correctament els continguts i conceptes que formen part del bloc de Màrqueting. L'examen tindrà una durada màxima de 2hores	3

A començament del semestre hi haurà a disposició dels estudiants el cronograma de l'assignatura a través de la plataforma UIBdigital. Aquest cronograma inclourà almenys les dates en què es faran les proves d'avaluació contínua i les dates de lliurament dels treballs. A més, el professor o la professora informará els estudiants si el pla de treball de l'assignatura es durà a terme a través del cronograma o per una altra via, inclosa la plataforma Campus Extens.

### Activitats de treball no presencial

Any acadèmic	2015-16
Assignatura	11320 - Organització i Estratègia Empresarial
Grup	Grup 1, 1S
Guia docent	A
Idioma	Català

Modalitat	Nom	Descripció	Hores
Estudi i treball autònom individual	Estudi individual	Estudi per part de l'alumne de tot el desenvolupat en l'assignatura. Fomentar la lectura de textos teòrics, estudis de casos i premsa econòmica per debatre i discutir a les classes pràctiques. Resolució dels exercicis plantejats. Preparació de treballs i de les seves presentacions.	40
Estudi i treball autònom en grup	Treball en grup.	Desenvolupar la capacitat de fer feina en equip i d'aplicar els coneixements adquirits. (En funció del nombre d'alumnes inscrits al Màster).	15

### Riscs específics i mesures de protecció

Les activitats d'aprenentatge d'aquesta assignatura no comporten riscos específics per a la seguretat i salut dels alumnes i, per tant, no cal adoptar mesures de protecció especials.

### Avaluació de l'aprenentatge dels estudiants

#### Pràctiques

Modalitat	Classes pràctiques
Tècnica	Proves objectives ( <b>no recuperable</b> )
Descripció	Es fomentarà l'intercanvi d'opinions crítiques entre tots els participants i es facilitarà l'aplicació dels coneixements adquirits a les classes teòriques. Es discutiran casos pràctics vinculats amb els coneixements presentats (minicasos de llibres de text, articles de premsa, lectures més llargues). Es plantejaran i resoldran exercicis. Així mateix també es faran presentacions de lectures i/o treballs i comentaris de les diverses lectures (i dels exercicis) per part dels alumnes a classe, individualment o en grup.
Criteris d'avaluació	Dins de cada part l'alumne farà un treball i/o presentació que serà avaluat pel professor. El pes és de 15% per a cada part; conseqüentment és d'un 30% sobre el global de l'assignatura.

Percentatge de la qualificació final: 30%

#### Examen I

Modalitat	Avaluació
Tècnica	Proves objectives ( <b>recuperable</b> )
Descripció	A meitats de l'assignatura, finalitzada la part I, es realitzarà un examen que avaluarà si l'alumne coneix i sap aplicar correctament els continguts i conceptes que formen part del bloc d'Estratègia. L'examen tindrà una durada màxima de 2 hores

Criteris d'avaluació

Percentatge de la qualificació final: 35%





Any acadèmic	2015-16
Assignatura	11320 - Organització i Estratègia Empresarial
Grup	Grup 1, 1S
Guia docent	A
Idioma	Català

## **Examen II**

Modalitat	Avaluació
Tècnica	Proves objectives ( <b>recuperable</b> )
Descripció	Al final de l'assignatura, finalitzada la part II, es realitzarà un examen que avaluarà si l'alumne coneix i sap aplicar correctament els continguts i conceptes que formen part del bloc de Màrqueting. L'examen tindrà una durada màxima de 2 hores
Críteris d'avaluació	
Percentatge de la qualificació final:	35%

## **Recursos, bibliografia i documentació complementària**

L'assignatura compta amb dos llibres de text bàsics, un en castellà i l'altre en anglès. Al llarg del curs s'indicarà els capítols de cada llibre que es corresponen amb cada un dels temes de l'assignatura. Així mateix s'anirà lliurant diferent material docent al llarg del curs, especialment mitjançant la pàgina web de l'assignatura a Campus Extens.

### **Bibliografia bàsica**

Besanko, D., Dranove, D. Shanley, M., and Schaefer (2009): Economics of Strategy. John Wiley and Sons. New York : 4th ed.

Santesmases Mestre, M. (2012). Marketing Conceptos y Estrategias.

