

Guia docent

Identificació de l'assignatura

Assignatura / Grup	11320 - Organització i Estratègia Empresarial / 1
Titulació	Màster Universitari d'Enginyeria Industrial Màster Universitari d'Enginyeria Agronòmica
Crèdits	3
Període d'impartició	Primer semestre
Idioma d'impartició	Català

Professors

Professor/a	Horari d'atenció als alumnes					
	Hora d'inici	Hora de fi	Dia	Data d'inici	Data de fi	Despatx / Edifici
Lara Ezquerro Guerra l.ezquerro@uib.es	12:00	13:00	Dijous	17/09/2019	24/07/2020	DB020 (Jovellanos)
	16:00	17:00	Dimecres	01/09/2019	16/02/2020	DB204 o alternativa. Cal avis previ per e-mail
Gabriel Àngel Vich Martorell biel.vich@uib.cat	17:00	18:00	Dilluns	17/02/2020	31/07/2020	DB204 o alternativa. Cal avis previ per e-mail

Contextualització

En el marc del mòdul de gestió, l'assignatura 'Organització i estratègia empresarial' pretén 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 introductòria però prou 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 comercials

Requisits

Guia docent

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/

Continguts

L'assignatura consta de dues parts: una part sobre estratègia empresarial i una part sobre màrqueting.

L'ordre amb què s'impartiran aquests dos grans blocs de coneixements es concretarà en la primera sessió-classe del curs.

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



Guia docent

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 (0,8 crèdits, 20 hores)

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)	L'examen de la part d'Estratègia tindrà lloc el darrer dia de classe d'aquest bloc. L'examen tindrà una durada màxima de 2hores	3
Avaluació	Examen II	Grup gran (G)	Al final de l'assignatura, es durà a terme l'examen de la part 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 Aula digital.

Activitats de treball no presencial (2,2 crèdits, 55 hores)

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

Guia docent

Modalitat	Nom	Descripció	Hores
Estudi i treball autònom individual o en grup	Treballs	Desenvolupar la capacitat de construir un treball o informe, de forma individual o en equip (a concretar pels professors) 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

L'alumne ha d'obtenir 5 punts com a nota final dels elements d'avaluació de l'assignatura.

Frau en elements d'avaluació

D'acord amb l'article 33 del Reglament acadèmic, "amb independència del procediment disciplinari que es pugui seguir contra l'estudiant infractor, la realització demostradorament fraudulenta d'alguns dels elements d'avaluació inclosos en guies docents de les assignatures comportarà, a criteri del professor, una menysvaloració en la seva qualificació que pot suposar la qualificació de «suspens 0» a l'avaluació anual de l'assignatura".

Pràctiques

Modalitat	Classes pràctiques
Tècnica	Proves objectives (no recuperable)
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 (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.
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%

Guia docent

Examen I

Modalitat	Avaluació
Tècnica	Proves objectives (recuperable)
Descripció	L'examen de la part d'Estratègia tindrà lloc el darrer dia de classe d'aquest bloc. L'examen tindrà una durada màxima de 2hores
Criteris d'avaluació	La tipologia d'aquest examen es concretarà per part del professor.

Percentatge de la qualificació final: 35%

Examen II

Modalitat	Avaluació
Tècnica	Proves objectives (recuperable)
Descripció	Al final de l'assignatura, es durà a terme l'examen de la part de Màrqueting. L'examen tindrà una durada màxima de 2hores
Criteris d'avaluació	La tipologia d'aquest examen es concretarà per part del professor.

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 l'AulaDigital.

Bibliografia bàsica

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

Santesmases Mestre, M. (2012). Marketing Conceptos y Estrategias. Ed. Pirámide (disponible a diverses biblioteques de la UIB).