

# GUIA DE L'ESTUDIANT 2015-2016

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

**GRAU EN ADMINISTRACIÓ I DIRECCIÓ  
D'EMPRESES**



# ÍNDEX

PRESENTACIÓ	1
FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ	2
CALENDARI ACADÈMIC	6
ORGANITZACIÓ DE L'ENSENYAMENT	7
PLA D'ESTUDIS	8
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE SEGON CURS	12
Comptabilitat II	13
Economia Espanyola i Mundial	16
English for Business Management II	18
Introducció a l'Anàlisi de Dades	21
Microeconomia I	24
Sistemes de Gestió de la Informació I	26
Direcció Financera I	28
Economia de l'Empresa III. Recursos Humans	31
English for Business Management III	33
Estadística	36
Història Econòmica Mundial	39
Microeconomia II	42
Sistemes de Gestió de la Informació II	44
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE TERCER CURS	46
Comptabilitat de Costos	47
Direcció Comercial I	50
Direcció Financera II	53
Econometria I	56
Matemàtiques de les Operacions Financeres	58
Comptabilitat III	61
Dret Laboral	64
Econometria II	67
Economia Internacional i Integració Europea	69
ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE QUART CURS	72
Direcció Comercial II	73
Direcció Estratègica I	76
Dret Tributari	79
Política Econòmica	82
Direcció Estratègica II	85
Treball de Fi de Grau	88
Pràctiques Externes	90
ASSIGNATURES OPTATIVES	93
Anàlisi d'Estats Comptables	94
Anàlisi d'Inversions	97
Auditoria	99
Brand Building	102
Comerç Internacional	106
Comptabilitat Directiva	108
Creació d'Empreses	110
Cross-Cultural Studies	113
Direcció d'Operacions	116
Entrepreneurship	118
Estratègies i Nous Models de Negoci	120
Gestió de la Innovació	123
Global Communication Strategies	125
Global Marketing	128
International Affairs	130
Investigació de Mercats	132

Leadership, Business and Society . . . . .	134
Màrqueting Estratègic . . . . .	136
Media Convergence . . . . .	138
Mercats Financers . . . . .	140
Social Media . . . . .	142

## PRESENTACIÓ

Aquesta Guia et proporciona la informació imprescindible de cara a planificar el curs amb encert, a més de donar-te referència de tots els serveis i possibilitats que t'ofereix la Facultat.

Els titulats i titulades de la nostra facultat estan notablement satisfets tant dels resultats com de la bona inserció professional que obtenen curs rere curs, gràcies sobretot a la relació de la Facultat amb el seu entorn (teixit empresarial i associatiu). Això ens estimula encara més a millorar tant com sigui possible la nostra oferta educativa, els nostres serveis i la nostra organització.

A nivell acadèmic, els plans d'estudi ofereixen optativitat per tal que puguis configurar l'itinerari curricular que més encaixi amb les teves característiques i interessos. Un itinerari que, fins i tot, pots cursar en anglès per potenciar el màxim el teu perfil internacional, en un entorn cada dia més globalitzat. Cal, però, que coneguis els perfils dels diversos tipus d'assignatures abans de prendre decisions que afectin la teva matriculació.

Un any més, voldríem aprofitar aquesta presentació per encoratjar-te a treure el màxim profit de les possibilitats formatives i dels serveis que posem al teu abast: la possibilitat de realitzar pràctiques en empreses, l'oportunitat de fer estades d'estudis a l'estranger en el marc dels programes d'intercanvi internacional que tenim a l'efecte, de recórrer a les tutories que t'hem assignat, d'ampliar la teva formació en idiomes més enllà de les assignatures obligatòries de la carrera, de treure tot el partit dels recursos informàtics i audiovisuals al teu abast?

Esperem, en definitiva, que aprofitaràs al màxim el teu pas per la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya perquè, al final, el teu període d'estudis hagi estat el més agradable i satisfactori possible.

Amb aquest objectiu treballem i restem a la teva disposició.

# FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

## Estructura

La Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic imparteix les següents titulacions:

- Grau en Administració i Direcció d'Empreses
- Grau en Comunicació Audiovisual
- Grau en Periodisme
- Grau en Publicitat i Relacions Públiques
- Grau en Màrqueting i Comunicació Empresarial
- Doble Grau en Administració i Direcció d'Empreses ? Publicitat i Relacions Públiques (en sis anys)

La gestió ordinària en el govern de la Facultat correspon al Deganat, que delega les qüestions d'organització docent en el o la cap d'estudis.

La Facultat s'estructura en Deganat ?format pel degà, un vicedegà i el cap d'estudis?, Prefectura d'Estudis, Coordinació d'ensenyaments, departaments, àrees funcionals i secretaria. El Deganat és el màxim òrgan de govern de la Facultat; la Prefectura d'Estudis vetlla per l'organització acadèmica dels ensenyaments; els coordinadors d'ensenyament vetllen per l'organització i la continuïtat curricular de cada titulació; els departaments són les agrupacions de professors d'una mateixa àrea disciplinària; les àrees funcionals, amb els coordinadors corresponents, són àmbits de desenvolupament de nous projectes, de suport a la docència i de vinculació amb l'entorn i la secretaria dóna el suport administratiu.

El Deganat, la Prefectura d'Estudis, els coordinadors d'ensenyaments i la Secretaria de la Facultat són situats a la quarta planta de l'edifici F.

Les àrees funcionals de la Facultat d'Empresa i Comunicació són:

- Relacions Internacionals
- Formació Continuada
- Pràctiques

## Departaments

- Departament de Comunicació
- Departament d'Economia i Empresa

### Departament d'Economia i Empresa

- Patricia Amaral
- Nuria Arimany Serrat
- Anna Astals Seres
- Francesc Baque Puig
- Daniel Batlle
- Teresa Calzada
- Xavier Capelles Lopez
- Jordi Casas Vilaro
- Enric Casulleras Ambros
- Boyd Cohen
- Jose Antonio Corral Marfil
- Marc Fernández Buch
- Josep Lluís Garcia Domingo
- Joan-Albert Garcia Moga

- Ferran Gustau Jaen Coll
- Felix Jurado Escobar
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafael De Madariaga Sánchez
- Joan C. Martori Cañas
- Rafael Oliver Cuello
- Ramon Oller Pique
- M.Dolores Palomo Chinarro
- Anna M. Perez Quintana
- M.Antonia Pujol Famadas
- Anna M. Sabata Aliberch
- Carme Sáez Nieto
- Elisenda Tarrats Pons
- Josep Terradellas Cirera
- Manuel Úbeda Sierra
- Francesc X. Vicente Soriano
- Carme Viladecans Riera

### **Departament de Comunicació**

- Jordi Alavedra
- Celia Andreu Sánchez
- Oreste Attardi Colina
- Ivette Ballesteros Murlà
- Sílvia Barrios
- Mar Binimelis Adell
- Nuria Bover Jimenez
- Josep Burgaya Riera
- Gonzalo Calle Rosingana
- Núria Camps Casals
- Mireia Canals
- Montse Caralt
- Javier Carmona Sanchez
- Montserrat Casas Arcarons
- Jordi Català
- Ignasi Coll Parra
- Gerard Coll Planas
- Irene Colom Valls
- Carme Colomina Salo
- Marc Compte Pujol
- Ruth S. Contreras Espinosa
- Jordina Coromina Subirats
- Montserrat Corrius Gimbert
- Lucrezia Crescenzi Lanna
- Jordi Cusidó
- Xavier Docampo Sellarès
- Oscar Fernandez Ferrer
- Cristina Fernández
- Efrain Foglia Romero
- Elisabet Fonts Gonzalez
- Maria Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila
- Joan Frigola Reig
- Xavier Ginesta Portet

- Santi Giraldo
- Zahaira F. Gonzalez Romo
- Carles Grau Bartrina
- Josefina Guix Soldevila
- Emma Louise Hitchen
- Santiago Jordan Avila
- M.Teresa Julio Gimenez
- Irene Llop Jordana
- Núria Mañé
- Guillem Marca Frances
- Raul Martinez Corcuera
- Anna M. Masferrer Giralt
- Joan Masnou Suriñach
- Eulalia Massana Molera
- Santos Miguel Mateos Rusillo
- Kathy Matilla Serrano
- Jessica Menéndez
- Ramon Miravitllas Pous
- Henry Naranjo Pérez
- Hector Ivan Navarro Guere
- Marc Oller
- Arnau Oriol Sanchez
- Ana M. Palomo Chinarro
- Julio Manuel Panizo Alonso
- Ricardo Parra González
- Cristina Perales Garcia
- M. Angels Pinyana Garriga
- Santiago Ponce Vivet
- Rosa Maria Pons Cerdà
- Jordi Ribot Punti
- Jordi De San Eugenio Vela
- Toni Sellas
- Albert Serra Girbau
- Jordi Serrat Manen
- Sergi Lluís Sola Saña
- Llorenç Soldevila Balart
- Ferran Terradellas
- Marta Tramullas Sandoval
- Clara E. de Uribe Gil
- Marc Vaillo Daniel
- Conrado Xalabarder Aulet
- Cristina Ylla

## **Òrgans de govern**

La gestió ordinària en el govern i administració de la Facultat correspon al Consell de Direcció, constituït pels següents càrrecs:

Degà

- Xavier Ferràs i Hernández

#### Vicedegà de Promoció i Relacions Externes

- Xavier Ginesta i Portet

#### Cap d'Estudis

- Eulàlia Massana i Molera

#### Coordinadora d'Administració i Direcció d'Empreses

- Carme Viladecans i Riera

#### Coordinador de Periodisme

- Sergi Sola i Saña

#### Coordinador de Publicitat i Relacions Públiques

- Guillem Marca Francés

#### Coordinadora de Comunicació Adiovisual

- Anna Palomo Chinarro

#### Coordinador de Màrqueting i Comunicació Empresarial

- Santiago Jordán Ávila

#### Directors de Departament

- Joan Frigola i Reig. Director del Departament de Comunicació
- Josep Lluís Garcia i Domingo. Director del Departament d'Empresa i Economia

#### Coordinador de Formació Continuada

- Xavier Ginesta i Portet

#### Coordinador acadèmic de Relacions Internacionals

- Pere Morera i Pérez



# CALENDARI ACADÈMIC

## Calendari acadèmic 2015-2016

Docència:

- Les 37 setmanes del curs acadèmic es distribuïran entre el 2 de setembre i el 27 de juny
- Les 30 setmanes de docència es distribuïran entre el 6 de setembre i el 4 de juny

Docència 1rQ:

- Del 14 de setembre a 22 de gener

Docència 2nQ:

- De l'1 de febrer a 3 de juny

Els ensenyaments de Màster i de Formació Continuada podran allargar aquests períodes

Vacances de Nadal:

- 24 de desembre de 2015 al 10 de gener de 2016, ambdós inclosos

Vacances de Setmana Santa:

- Del 19 de març al 28 de març de 2016, ambdós inclosos

Dies festius:

- Dilluns, 12 d'octubre de 2015 - el Pilar
- Dilluns, 7 de desembre de 2015 - pont de la Immaculada
- Dimarts, 8 de desembre de 2015 - la Immaculada
- Dissabte, 23 d'abril de 2016 - Festa Major UVic
- Dilluns, 16 de maig de 2016 - Segona Pasqua
- Divendres, 24 de juny de 2016 - Sant Joan
- Dimarts, 5 de juliol de 2016 - Festa Major de Vic

Observació: Aquest calendari està supeditat a la publicació de les festes locals, autonòmiques i estatals

# ORGANITZACIÓ DE L'ENSENYAMENT

## Objectius generals

Formar professionals capaços de desenvolupar tasques de gestió, assessorament i avaluació en les organitzacions productives. Aquestes tasques es poden desenvolupar en l'àmbit global de l'organització o en qualsevol de les seves àrees funcionals: producció, recursos humans, finançament, comercialització, inversió, administració o direcció. El graduat ha de conèixer l'articulació de totes aquestes àrees funcionals amb els objectius generals de la unitat productiva, i d'aquests amb el context global de l'economia, i estar en condicions de contribuir amb la seva activitat al bon funcionament i la millora dels resultats. Concretament, ha de saber identificar i anticipar oportunitats, assignar recursos, organitzar la informació, seleccionar i motivar les persones, prendre decisions, assolir els objectius proposats i avaluar resultats. Es tracta, doncs, d'un domini que abasta tot tipus d'eines i coneixements necessaris per a la direcció i l'administració de les empreses sense oblidar els coneixements i experiències necessaris per a la creació de noves empreses.

Formar professionals amb una visió global del món empresarial i amb les eines necessàries per al seu desenvolupament, com les terceres llengües i la gestió de dades.

Facilitar la inserció laboral tant a l'empresa privada com a l'empresa pública, així com a les entitats financeres, gabinets professionals, els cossos dels diferents nivells de l'administració pública o bé l'exercici professional independent. La formació professional de cara al mercat que garanteixen aquests perfils es reforça per l'existència d'un equilibri entre les assignatures teòriques i pràctiques al llarg del Grau.

D'altra banda, els alumnes realitzaran durant l'últim curs un període de pràctiques obligatori en empreses per facilitar el seu apropament al món professional.

Els objectius específics del títol de Grau en Administració i Direcció d'Empreses es poden concretar en objectius de formació i aprenentatge dels següents coneixements teòrics:

- Sobre la naturalesa de l'empresa i la seva relació amb l'entorn econòmic immediat, nacional i internacional (teoria bàsica de l'empresa, models de teoria econòmica, realitat econòmica nacional i internacional, fonaments teòrics de la presa de decisions, elements bàsics de comptabilitat, ordenament jurídic bàsic).
- Sobre mètodes i tècniques de direcció i organització d'empreses (direcció estratègica, política i estratègia comercial, direcció financera, recursos humans, sistemes d'informació).
- Sobre matèries instrumentals (matemàtiques, estadística, econometria, i anglès).

Dins dels objectius del Grau es garantirà que els estudiants hagin adquirit el caràcter d'expert, de persona pràctica, amb habilitats clares, experimentada en el seu camp, que pugui abordar problemes de gestió amb criteris professionals i amb el maneig d'instruments tècnics.

Per això, finalitzats els estudis del Grau, l'estudiant serà capaç de:

- Gestionar i administrar una organització de dimensió reduïda, entenent la seva ubicació competitiva i institucional i identificant les seves fortaleses i debilitats.
- Integrar-se en qualsevol àrea funcional d'una organització mitjana o gran i ocupar amb facilitat qualsevol tasca de gestió que se li encomani.
- Valorar, a partir dels registres rellevants d'informació, la situació i previsible evolució d'una organització.
- Emetre informes d'assessorament sobre situacions concretes d'organitzacions i mercats.
- Redactar projectes de gestió global o d'àrees funcionals de l'organització.
- Identificar les fonts d'informació econòmica rellevant i el seu contingut.
- Entendre les institucions econòmiques com a resultat i aplicació de representacions teòriques o formals sobre com funciona l'economia.
- Derivar de les dades informació rellevant impossible de reconèixer per als no professionals.
- Utilitzar habitualment la tecnologia de la informació i les comunicacions en l'exercici professional.
- Llegir i comunicar-se en més d'una llengua, especialment en anglès.
- Aplicar l'anàlisi dels problemes sota criteris professionals basats en el maneig d'instruments tècnics.
- Comunicar-se amb fluïdesa amb el seu entorn i treballar en equip.

## PLA D'ESTUDIS

Tipus de matèria	Crèdits
Formació Bàsica (FB)	60
Obligatòria (OB)	132
Optativa (OP)	30
Treball de Fi de Grau (TFG)	6
Pràctiques Externes (PE)	12
Total	240

PRIMER CURS		
	Crèdits	Tipus
Dret Empresarial	6,0	FB
Economia de l'Empresa I	6,0	FB
Informàtica	6,0	FB
Introducció al Càlcul	6,0	FB
Macroeconomia I	6,0	FB
Comptabilitat I	6,0	OB
Economia de l'Empresa II	3,0	OB
English for Business Management I	6,0	FB
Macroeconomia II	4,5	OB
Matemàtica Intermedària	4,5	OB
Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa	6,0	FB

## SEGON CURS

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Comptabilitat II	6,0	OB
Economia Espanyola i Mundial	3,0	OB
English for Business Management II	6,0	OB
Introducció a l'Anàlisi de Dades	6,0	FB
Microeconomia I	6,0	OB
Sistemes de Gestió de la Informació I	3,0	OB
Direcció Financera I	4,5	OB
Economia de l'Empresa III. Recursos Humans	3,0	OB
English for Business Management III	3,0	OB
Estadística	6,0	FB
Història Econòmica Mundial	6,0	FB
Microeconomia II	4,5	OB
Sistemes de Gestió de la Informació II	3,0	OB

## TERCER CURS

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Comptabilitat de Costos	6,0	OB
Direcció Comercial I	6,0	OB
Direcció Financera II	4,5	OB
Econometria I	4,5	OB
Matemàtiques de les Operacions Financeres	6,0	OB
Comptabilitat III	4,5	OB
Dret Laboral	6,0	OB
Econometria II	4,5	OB
Economia Internacional i Integració Europea	6,0	OB
Optatives	12,0	OP

**QUART CURS**

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Direcció Comercial II	3,0	OB
Direcció Estratègica I	4,5	OB
Dret Tributari	6,0	OB
Política Econòmica	6,0	OB
Direcció Estratègica II	4,5	OB
Treball de Fi de Grau	6,0	TFG
Pràctiques Externes	12,0	PE
Optatives	18,0	OP

**OPTATIVES - SENSE ITINERARI**

	<b>Crèdits</b>
Auditoria	6,0
Direcció d'Operacions	6,0
Mercats Financers	3,0
Media Convergence	3,0
Comerç Internacional	6,0
Leadership, Business and Society	6,0
Global Marketing	6,0
Estratègies i Nous Models de Negoci	3,0
Tècniques de Comerç Exterior	3,0
International Affairs	6,0
Cross-Cultural Studies	6,0
Anàlisi d'Estats Comptables	3,0
Comptabilitat Directiva	3,0
Investigació de Mercats	6,0
Anàlisi d'Inversions	3,0
Gestió de Cartera	3,0
Màrqueting Estratègic	3,0
Global Communication Strategies	6,0
Creació d'Empreses	6,0
Gestió de la Innovació	3,0
Brand Building	6,0
Social Media	3,0
Entrepreneurship	6,0

## **ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE SEGON CURS**

## Comptabilitat II

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Núria Arimany Serrat

### OBJECTIUS:

---

- L'objectiu del primer tema és conèixer a nivell teòric la disciplina comptable i el marc legal i normatiu que l'envolta.
- En el segon tema pretén l'alumne conèixer el Pla General Comptable, especialment les parts obligatòries.
- En el tercer tema l'objectiu és que l'alumne sàpiga elaborar els comptes anuals.
- En el quart i cinquè temes l'objectiu és conèixer la comptabilitat de societats, és a dir, operatives mercantils com ara la fundació de la societat anònima, operatives amb les accions, la distribució del resultat en funció de les accions que es tenen, les variacions de capital, el finançament via emprèstits i la dissolució, liquidació i extinció de la societat anònima.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Comprendre i saber aplicar les normes de registre i valoració del PGC07.
- Saber realitzar un procés comptable aplicant diferents normes de registre i valoració per tal d'arribar a la confecció dels següents documents comptables: Balanç de Situació, Compte de Pèrdues i Guanys i Estat de Canvis en el Patrimoni Net.
- Comprendre i saber aplicar la comptabilitat de societats seguint la normativa mercantil vigent.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.
- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.



## **Específiques**

- Conèixer com la comptabilitat s'utilitza com a llenguatge de la realitat econòmica de l'empresa.
- Conèixer els sistemes de suport d'informació a la direcció i les funcions dels mateixos.

## **Bàsiques**

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.
- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que inclouin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

## **CONTINGUTS:**

---

### Tema 1: La Comptabilitat com a sistema d'informació

- 1.1. La reforma comptable.
- 1.2. La informació dels comptes anuals.
- 1.3. Tipus de comptabilitats.

### Tema 2: El Pla General Comptable

- 2.1. Marc conceptual
- 2.2. Normes de registre i valoració
- 2.3. Comptes Anuals.
- 2.4. Definicions i relacions comptables
- 2.5. Quadre de comptes

### Tema 3: Els comptes anuals

- 3.1. Balanç de Situació.
- 3.2. Compte de Pèrdues i Guanys.
- 3.3. Estat de canvis en el Patrimoni Net.
- 3.4. Estat de Fluxos d'Efectiu
- 3.5. Memòria.

### Tema 4: Comptabilitat de Societats. La Societat Anònima I

- 4.1. Característiques i fundació de la societat anònima.
- 4.2. Les accions.
- 4.3. La distribució del resultat.

### Tema 5: Comptabilitat de Societats. La Societat Anònima II

- 5.1. Augments i reduccions de capital en la societat anònima.
- 5.2. Transformació i fusió en la SA.
- 5.3. Dissolució i liquidació en la SA.
- 5.4. Emprèstit en la SA.

## **AVALUACIÓ:**

---

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit per l'alumne. Concretament l'avaluació consta de:

- Un control de la part de financera que val un 10% de la nota
- Un control de la part de societats que val un 10% de la nota
- Un examen teòric global que val un 20% de la nota
- Realització de dues fitxes tècniques que valen un 10% de la nota
- Un examen financera /societats que val un 50% de la nota

Per poder aprovar l'assignatura i fer la mitjana cal aprovar l'examen teòric i l'examen de financera/ societats (aquests exàmens tenen repesca).

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

- *Llei 16/2007 de reforma i adaptació de la legislació mercantil en matèria comptable per l'harmonització internacional en base a la normativa de la UE.*
- Amat, O. *Análisis de Estados Financieros*. Barcelona: Gestión 2000, última edició.
- *Esborrany Pla General Comptable de 19 de febrer de 2007.*
- Omeñaca García, J. *Contabilidad General*. Bilbao: Deusto, última edició.
- Omeñaca García, J. *Supuestos prácticos de Contabilidad Financiera y de Sociedades*. Bilbao: Deusto, última edició.
- *Pla General de Comptabilitat 1990*
- *Reial decret legislatiu 1564/1989*. Text refós de la llei de SA.
- Rivero, J. *Supuestos de Contabilidad de sociedades*. Madrid: Trivium. Última edició.
- Rivero, J. *Contabilidad de sociedades*. Madrid: Trivium. Última edició.

### Complementària

- Álvarez López, J. *Introducción a la Contabilidad*. Editorial Donostiarra, última edició.
- Domínguez Pérez, J.L.; Gay Saludas J.M.; Losilla Ramírez, M.; Melús Fernández, J.J.; Osés García, J. *Contabilidad Financiera, aplicación práctica de las normas de valoración*. Editorial McGraw-Hill, última edició.
- Moreno Martínez, F.J. *Contaplust 2004*. Madrid: Anaya, 2004.
- Requena Rodríguez, J.M. *El resultado de la empresa*. Barcelona: Ariel, última edició.
- Rivero, J. *Supuestos de Contabilidad Financiera*. Editorial Trivium, última edició.
- Rivero Torre, P. *Análisis de Balances y Estados complementarios*. Madrid: Pirámide, última edició.
- Sáez Torrecilla, *Casos prácticos de Contabilidad General*. Editorial McGraw-Hill, última edició.
- Sáez Torrecilla, *Contabilidad General*. Editorial McGraw-Hill, última edició.
- Urias Valiente, J. *Análisis de Estados Financieros*. Editorial McGraw-Hill, última edició.
- Vela Pastor, M.; Montesinos Julve, V.; Serra Salvador, V. *Manual de Contabilidad*. Barcelona: Ariel, última edició.
- Wanden-Berghe, J.L. *Manual de Contabilidad General*. Madrid: Pirámide, última edició.

## Economia Espanyola i Mundial

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Enric Casulleras Ambrós

### OBJECTIUS:

---

L'assignatura ofereix una visió descriptiva de l'evolució de l'economia a Catalunya, Espanya i el món, lligada als fenòmens polítics, socials i demogràfics, des de la segona meitat del s.XX fins a l'actualitat. En el cas d'Espanya, l'evolució econòmica s'explica en el context del franquisme, la transició, els canvis de govern, la bombolla especulativa i a la crisi actual. A nivell mundial veurem les implicacions del final de la guerra freda, els conflictes provocats la set de petroli, el paper de les institucions internacionals, i el gran repte actual associat a la triple crisi que amenaça el desenvolupament: l'econòmica, l'ambiental i l'energètica: amenaça que ens aboca ineluctablement a un canvi de model productiu.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Conèixer els condicionants que el franquisme va imposar a l'economia espanyola.
- Conèixer les característiques de l'estructura productiva d'Espanya del segle XXI.
- Saber interpretar correctament les teories de l'anàlisi econòmica.
- Entendre les interrelacions entre les diferents economies mundials.
- Comprendre el paper de les organitzacions econòmiques internacionals.
- Entendre el procés que ha dut a la crisi actual i analitzar-ne possibles sortides.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

#### Específiques

- Conèixer i entendre els mètodes (anàlisi positiva i normativa, anàlisi estàtica i dinàmica) i els instruments de l'anàlisi econòmica (tècniques d'anàlisi, llenguatge econòmic, interrelació entre variables, etc.).
- Entendre els principis bàsics de l'economia (tant en l'àmbit microeconòmic com macroeconòmic).

## Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.

## CONTINGUTS:

---

### Primera part: Economia espanyola

Tema 1. Els conflictes socials i polítics que desencadenen la Guerra Civil (1936-1939)

Tema 2. L'economia espanyola durant l'autarquia (1939-59)

Tema 3. L'economia espanyola sota els plans d'estabilització (1959-1975)

Tema 4. L'economia espanyola durant la transició (1976-1986)

Tema 5. La incorporació d'Espanya a Europa (1986-1996)

Tema 6. Les infraestructures impossibles i la bombolla insostenible (1996-2007)

Tema 7. La gran recessió i les relacions entre Catalunya i Espanya

### Segona part: Economia mundial

Tema 1. Les organitzacions econòmiques internacionals

Tema 2. El final de la Guerra Freda (1979-1991)

Tema 3. L'evolució econòmica i els conflictes internacionals (1992-2007)

Tema 4. La crisi financera internacional (2008-2014). El futur econòmic segons el Banc Mundial

Tema 5. L'economia del bé comú.

## AVALUACIÓ:

---

L'avaluació final s'obté per la mitjana de tres exàmens parcials, amb la condició d'haver fet correctament els treballs i les activitats proposades a l'aula. Acabades les classes, hi haurà possibilitat de repesca les parts no aprovades en exàmens de recuperació.

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Bel, G. *Espanya, capital París*. Barcelona: La Campana, 2011.
- Corral, M.; González, R. *Manual de Economía Mundial*, Madrid: Pirámide, 2011.
- García Delgado, José Luis; Myro, Rafael (dirs.): *Lecciones de Economía Española*, 8ª ed. Madrid: Cívitas, 2009.
- Juliana, E. *Modesta España*. Barcelona: Paidós, 2011.
- Rifkin, J. *La tercera revolución industrial*. Barcelona, 2010.
- Sans, R. *El col·lapse és evitable*. Barcelona: Octaedro, 2014.

## English for Business Management II

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- M. àngels Pinyana Garriga

### OBJECTIUS:

---

The aim of the course is to familiarise students with language and language uses related to the fast changing world of business. The learning approach includes a mix of problem-solving activities, text analyses, and vocabulary building exercises, with a strong communicative element. The course methodology focuses on content, functional language and grammatical accuracy, with many new topic areas complementing and building on issues studied in other parts of the ADE courses. All course skills will be developed with exercises related to the world of business and management.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

Competències genèriques:

- G3 Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- G5 Ser capaç d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals una llengua estrangera.
- G8 Capacitat per fer exposicions raonades i coherents.
- G11 Capacitat per treballar en un context internacional.

Resultats d'aprenentatge:

- Saber expressar-se amb fluïdesa en anglès.
- Saber expressar opinions i argumentacions sobre temes d'empresa en anglès.
- Conèixer i saber aplicar les estructures gramaticals de l'anglès.
- Conèixer el vocabulari específic de l'administració i direcció d'empreses.
- Comprendre i saber interpretar un text escrit i oral especialitzat en l'administració i la direcció d'empreses (textos de recerca, notícies ...)
- Saber comunicar-se per escrit en anglès en situacions professionals habituals en l'àrea de l'administració i la direcció d'empreses.

### COMPETÈNCIES

---

## Generals

- Capacitat d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals la llengua anglesa.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.

## CONTINGUTS:

---

### 1 Cultures

- Reading: Culture shock
- Vocabulary: Idioms
- Listening: An interview with the manager of a cultural training centre
- Speaking: Cultural Awareness
- Writing: Business culture
- Grammar: Modals

### 2 Human Resources

- Reading: Women at work
- Vocabulary: Expressions for job applications
- Listening: An interview with an international recruitment specialist
- Speaking: Getting information on the telephone
- Writing: Letter
- Grammar: -ing forms and infinitives

### 3 International Markets

- Reading: Trade between China and the US
- Vocabulary: Free trade
- Listening: An interview with an expert on negotiation
- Speaking: Negotiating
- Grammar: Conditions

### 4 Ethics

- Reading: The ethics of résumé writing
- Vocabulary: Describing illegal activity or unethical behaviour
- Listening: Helping environmental research
- Speaking: Discussion on ethics at work
- Writing: A report
- Case study
- Grammar: Narrative tenses

### 5 Leadership

- Reading: Leading L'Oréal
- Vocabulary: Describing character
- Listening
- Speaking: Leadership
- Writing: Letter of complaint
- Case study
- Grammar: Gerunds and infinitives

## 6 Competition

- Reading: Head to head competition
- Vocabulary: Idioms from sport to describe competition
- Listening: The competition commission
- Speaking: Negotiations
- Writing: e-mail
- Case study
- Grammar: Passives

## AVALUACIÓ:

---

The evaluation is based on the average mark of all the assessed activities done during the course. The percentages of the assessed exercises are the following:

- In-course activities (writing, listening, speaking exercises) - 30%
- Reading book test - 15%
- Vocabulary test - 15%
- Presentation - 10%
- Grammar tests - 30%\*

To pass the course, students need to obtain 50% of the total average.

\*The course final grade will only be calculated when students obtain a minimum average of 5 points out of 10. Students who fail the grammar section will have a further opportunity to resit this part at the end of the course.

All the exercises which have not been done on the due date, cannot be repeated and will count 0 points.

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Course book: Cotton, David et al. *Market Leader: intermediate business English course book*. 3rd Edition. Harlow: Pearson Education, 2010. (Units: 7, 8, 9, 10, 11, 12)
- Grammar book: Mann, Malcolm and Taylore-Knowles, Steve. (2006) *Destination B2: Student's book*. Macmillan Education. (Units: 13, 15, 17, 19, 21, 23, 28).

## Introducció a l'Anàlisi de Dades

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Ramon Oller Piqué

### OBJECTIUS:

---

En aquesta assignatura de segon curs s'introdueixen els principals instruments estadístics que serveixen per a la descripció, resum i comprensió de dades.

L'estudiant ha de ser capaç de recollir, organitzar i planificar les dades que té, analitzar-les resolent tots els problemes que es puguin plantejar i sintetitzar-les. Posteriorment aquesta informació servirà per prendre decisions. A partir de l'assoliment d'aquest objectiu l'estudiant ha de ser competent en la utilització del programa SPSS i poder determinar en cada cas el procés més adequat per analitzar les dades.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

En finalitzar l'assignatura l'alumnat:

1. Ha de dominar l'estudi descriptiu de sèries estadístiques unidimensionals i bidimensionals.
2. Ha de saber analitzar la relació lineal de dues variables estadístiques.
3. Ha d'entendre i calcular nombres índex.
4. Ha de saber analitzar tendències de sèries temporals i extreure'n l'estacionalitat.
5. Ha de conèixer el llenguatge de la probabilitat i l'atzar.
6. Ha de saber analitzar i interpretar dades mitjançant el software SPSS.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per actuar d'acord amb un compromís ètic en la feina.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.
- Habilitats d'investigació.



## Específiques

- Tenir capacitat d'analitzar i interpretar correctament els resultats estadístics com a suport en el procés de presa de decisions.

## Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

## CONTINGUTS:

---

1. Concepte i contingut de l'estadística.
  1. Objecte de l'estadística.
  2. Població i mostra.
  3. Classificació de les dades.
2. Distribucions Unidimensionals.
  1. Distribució de freqüències.
  2. Representació gràfica.
  3. Mesures de posició i de dispersió.
  4. Mesures de forma i concentració.
3. Distribucions Bidimensionals.
  1. Distribució de freqüències.
  2. Distribucions marginals i condicionades. Independència estadística.
  3. Regressió lineal simple.
4. Nombres Índex.
  1. Definició d'índex.
  2. Índexs simples i complexos.
  3. Enllaç i canvis de base.
  4. Deflació de sèries de valor.
5. Sèries temporals.
  1. Tendència.
  2. Estacionalitat.
6. Teoria de la probabilitat.
  1. Concepte. Axiomàtica i propietats.
  2. Determinació de la probabilitat d'un succés.
  3. Independència de successos
  4. Teorema de la probabilitat total. Teorema de Bayes.
7. Introducció a l'ús del programa estadístic SPSS. Utilització del programa per analitzar distribucions unidimensionals i bidimensionals.

## AVALUACIÓ:

---

L'assignatura s'avaluarà, en una única convocatòria, de forma contínua. Per avaluar l'assoliment de les competències de l'assignatura el professor utilitzarà els següents instruments per a la qualificació final:

- Treball continuat de l'alumne: exercicis a la pissarra, tutories, etc (15%)
- Una prova pràctica amb el programa estadístic SPSS (35%)
- Un examen final de síntesi amb teoria i problemes dels continguts de l'assignatura (50%)

La nota final serà la mitjana ponderada d'aquests tres ítems, sempre i quan s'hagi obtingut una nota mínima de 4 en l'examen final. L'examen final es podrà recuperar en el període fixat per fer recuperacions (la nota mínima continua essent un 4).

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Arnaldos, F.; Díaz, T.; Faura, U.; Molera, L.; Parra, I. *Estadística descriptiva para economía y administración de empresas*. Thomson, 2003.
- Kazmier, L.J. *Estadística aplicada a administración y economía*. McGraw-Hill, 2006.
- La-Roca, F. *Estadística aplicada a les ciències socials*. Universitat de València, 2006.
- Martín Pliego, F.J. *Introducción a la estadística económica y empresarial: teoría y práctica*. Thomson, 2004.
- Pérez López, Cesar. *Técnicas Estadísticas con SPSS*. Prentice Hall, 2001.
- Newbold, P.; Carlson, W.L.; Thorne, B. *Estadística para administración y economía*. Pearson Prentice Hall, 2008.
- Spiegel, M.R.; Stephens, L.J. *Estadística*. McGraw-Hill, 2009.
- Tomeo Perucha, V; Uña Juárez, I. *Lecciones de estadística descriptiva*. Thomson, 2003.
- Visauta Vicauta, B. *Análisis estadístico con SPSS para Windows*. McGraw-Hill, 2002.

## Microeconomia I

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Rafael De Madariaga Sánchez

### OBJECTIUS:

---

Aquesta assignatura estudia els fonaments de l'anàlisi econòmica a partir de la sistematització del comportament dels agents individuals (consumidors, productors) i de la comprensió dels diferents tipus de mercats.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

1. Adquireix una visió global de les distintes etapes de la història econòmica.
2. Comprende els elements bàsics del anàlisi microeconòmic i macroeconòmic.
3. Analitza els models de economia internacional.
4. Mostra una visió crítica de les principals idees de les escoles d'anàlisi econòmic.
5. Resol problemes numèrics i gràfics sobre la aplicació de polítiques fiscals i monetàries.
6. Mostra habilitats per a la reflexió crítica en els processos vinculats al exercici de la professió.
7. Se desenvolupa correctament en el ús general de les TIC i en especial en els entorns tecnològics propis del àmbit professional.
8. Aplica els seus coneixements, la comprensió d'aquests i les seves capacitats de resolució de problemes en àmbits laborals complexos o professionals i especialitzats que requereixen el ús de idees creatives i innovadores.
9. Comprende missatges orals i escrits de diferent tipologia de forma completa expressats en les llengües pròpies i en anglès.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.

#### Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del

camp d'estudi propi.

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

## **CONTINGUTS:**

---

1. L'economia i el sistema econòmic. Microeconomia i Macroeconomia. Desenvolupament històric.
2. El mercat competitiu: oferta, demanda i equilibri.
3. Elasticitat: concepte i aplicacions.
4. Teoria de la demanda. El comportament del consumidor. Demandes Marshallianes i Hicksianes.
5. Teoria de l'oferta. El comportament econòmic de l'empresa. Funció de producció, costos i beneficis.
6. L'empresa en els mercats de competència perfecta.
7. Equilibri general i eficiència paretiana.

## **AVALUACIÓ:**

---

Hi haurà tres proves escrites al llarg del curs. Al febrer es farà un examen per repescar les proves no superades amb anterioritat.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Frank, Robert H. *Microeconomía intermedia. Análisis y comportamiento económico*. Madrid: McGraw Hill, 2009.
- Mochón, Francisco. *Economía, teoría y política*. Madrid: McGraw Hill, 2005.
- Nicholson, W. *Microeconomía Intermedia*. 9a ed. Thomson, 2006.
- Katz, M. Rosen, H. Morgan, W. *Microeconomía intermedia*. McGraw-Hill, 2006.

## Sistemes de Gestió de la Informació I

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Jordi Casas Vilari

### OBJECTIUS:

---

- Analitzar, avaluar i sintetitzar les necessitats d'informació de l'organització i saber aplicar les tecnologies de la informació més adequades a les seves necessitats.
- Ser capaç d'operar en diferents entorns informàtics.
- Conèixer software bàsic d'ofimàtica, centrant-se en aspectes avançats.
- Conèixer alternatives de software lliure al software d'ofimàtica comercial.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

1. Sap utilitzar les eines avançades d'un full de càlcul com a eina d'ajuda a la presa de decisions.
2. Sap dissenyar un sistema d'informació.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.

#### Específiques

- Conèixer els sistemes de suport d'informació a la direcció i les funcions dels mateixos.

#### Bàsiques

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

## CONTINGUTS:

---

1. Eines avançades del full de càlcul
2. Disseny de sistemes d'informació

## AVALUACIÓ:

---

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/o)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Exercicis Sessions Presencials	Tot el curs	20	No	1, 2
Examen	-	80	Sí	1, 2

### Sistema d'avaluació

Descripció de les accions d'avaluació:

- Exercicis sessions presencials: es tracta de realitzar individualment un conjunt d'exercicis a classe, podent fer ús de qualsevol material de suport. Cada conjunt d'exercicis es corregiran en la sessió presencial posterior a la seva realització. El professor qualificarà globalment l'evolució de l'estudiant en l'assoliment dels resultats d'aprenentatge.
- Examen: Consta de dos exercicis individuals (Avaluació 1 i 2 en el pla de treball) que s'han d'aprovar per separat. En cas que alguna avaluació no se superi, es pot recuperar en el període de repesca

La nota final de l'examen és una mitja ponderada dels dos blocs.

## BIBLIOGRAFIA:

---

De cada tema es proporcionarà el material necessari a través del Campus Virtual

## Direcció Financera I

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 4,5

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Núria Arimany Serrat

### OBJECTIUS:

---

- Conèixer el concepte de direcció financera i les principals característiques.
- Conèixer el finançament extern de l'empresa, ja sigui propi o aliè.
- Conèixer el finançament intern, la importància dels beneficis retinguts i de l'amortització econòmica.
- Conèixer la planificació financera d'una empresa i saber desenvolupar el pressupost de tresoreria i de gestió.
- Ser capaç de realitzar projectes d'inversió i de finançament, i conèixer les principals mesures de rendiment de les inversions per tal de poder prendre decisions.
- Conèixer la resistència del rendiment d'un projecte d'inversió a les variacions desfavorables de les diferents variables que el conformen.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Comprendre el finançament intern i extern de l'empresa i saber decidir el finançament més convenient per a cada empresa.
- Comprendre la planificació financera d'una empresa i saber elaborar els pressupostos de tresoreria i de gestió d'un negoci empresarial.
- Comprendre els projectes d'inversió i finançament per prendre les oportunes decisions econòmiques.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per actuar d'acord amb un compromís ètic en la feina.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitats d'investigació.

## Específiques

- Saber determinar la viabilitat econòmica d'una inversió a partir de criteris de selecció d'inversions, tenint capacitat per interpretar els diferents models teòrics de valoració d'empreses.
- Tenir la capacitat d'aplicar els conceptes matemàtics en diverses àrees de l'administració i direcció d'empreses.

## Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que inclouin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

## CONTINGUTS:

---

### Tema 1: La funció financera de l'empresa

- 1.1. Introducció a la direcció financera
- 1.2. Característiques del cicle financer
- 1.3. Conceptes d'inversió i finançament
- 1.4. Principals estats financers

### Tema 2: Finançament extern

- 2.1. Finançament aliè
  - 2.1.1. Finançament bancari
  - 2.1.2. Emissions de títols
  - 2.1.3. Valoració d'obligacions
- 2.2. Finançament extern propi
  - 2.2.1. Definició i tipus d'accions
  - 2.2.2. Valoració de les accions
  - 2.2.3. Ampliacions de capital

### Tema 3: Finançament intern

- 3.1. Concepte i classes
  - 3.1.1. Avantatges i inconvenients de l'autofinançament
  - 3.1.2. Efecte multiplicador de l'autofinançament
- 3.2. Beneficis retinguts
- 3.3. Amortització econòmica

### Tema 4: Planificació financera

- 4.1. Concepte de planificació financera
  - 4.1.1. Planificació financera a llarg termini
  - 4.1.2. Planificació financera a curt termini
- 4.2. Estats financers previsionals
  - 4.2.1. Compte de resultats previsional
  - 4.2.2. Pressupost de tresoreria



## Tema 5: Anàlisi dels projectes d'inversió

- 5.1. Introducció
- 5.2. Projectes d'inversió
- 5.3. Projectes de finançament
  - 5.3.1. Projecte de finançament aliè
  - 5.3.2. Projecte de finançament propi
- 5.4. Projecte agregat
- 5.5. Càlcul del cost de capital
  - 5.5.1. Càlcul del cost de capital d'un projecte de finançament aliè
  - 5.5.2. Càlcul del cost de capital d'un projecte de finançament propi
  - 5.5.3. Càlcul del cost de capital d'un projecte de finançament conjunt
- 5.6. Criteris de selecció d'inversions
  - 5.6.1. El valor actual net
  - 5.6.2. El valor final net
  - 5.6.3. La taxa interna de rendibilitat
  - 5.6.4. El termini de recuperació d'inversions
- 5.7. Relacions entre els criteris de selecció d'inversions
  - 5.7.1. Relació entre el VAN i el VFN
  - 5.7.2. Relació entre la TIR i la taxa de reinversió
  - 5.7.3. Relació entre el VAN i la TIR. Projectes d'inversió mixtes
  - 5.7.4. La taxa de Fisher
- 5.8. Projectes d'inversió no comparables
  - 5.8.1. Projectes d'inversió amb una inversió inicial diferent
  - 5.8.2. Projectes d'inversió amb una durada diferent

## Tema 6: Anàlisi de sensibilitat

- 6.1. Introducció
- 6.2. Anàlisi de sensibilitat del VAN
- 6.3. Anàlisi de sensibilitat de la TIR
- 6.4. Anàlisi de sensibilitat del VFN

## AVALUACIÓ:

---

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit per l'alumne. Concretament l'avaluació consta de:

- Un exercici de pressupostos obligatori que suposa un 10% de la nota.
- Un control que suposa un 20% de la nota.
- Un examen teòric obligatori que suposa 20% de la nota.
- Un examen pràctic obligatori que suposa un 50% de la nota.

Per poder aprovar l'assignatura i fer la mitjana cal aprovar l'examen teòric i pràctic.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

- Brealey, R.; Myers, S. *Fundamentos de financiación empresarial*. Ed. McGraw-Hill, 1998.
- Brealey, R.; Myers, S.; Marcus, A. *Principios de dirección financiera*. Ed. McGraw-Hill, 1996.
- Ferruz, Luis. *Dirección Financiera*. Barcelona: Gestión 2000.
- Keown, A.; Petty, J.; Scott, D.; Martin, J. *Introducción a las finanzas*. Ed. Prentice Hall, 1999.
- Suarez Suarez, A. *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*. Madrid: Pirámide, 1996.

## Economia de l'Empresa III. Recursos Humans

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Francesc Baqué Puig

### OBJECTIUS:

---

Pretenem que l'alumne adquireixi i entengui els elements clau per fer la gestió de les persones que treballen en l'organització perquè cooperin i facilitin l'èxit d'una empresa. Partim del principi que, especialment en les empreses, és el factor humà el que diferencia que una idea o un negoci tingui èxit o fracassi. Gestionar eficaçment les persones per saber obtenir llurs millors aportacions és fonamental, però també ho és estructurar un marc organitzatiu i laboral que permeti el desenvolupament de les capacitats d'aquells que treballen a l'empresa.

En el transcurs del programa passarem revista al conjunt de tècniques i processos que afecten la direcció i gestió de persones i ho farem de manera que sigui fàcil d'introduir-les en les organitzacions, independentment de l'àmbit en què s'insereixi la seva activitat.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

R1. Que conegui la funció de recursos humans i el seu entorn

R2. Que entengui els elements clau per fer la gestió de les persones que treballen en l'organització i la sàpiga aplicar

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.

### CONTINGUTS:

---

El programa de l'assignatura començarà donant una visió global del marc legislatiu actual que regula les relacions laborals. Seguidament s'explicarà l'origen i evolució dels recursos humans fins a l'actualitat. A partir d'aquí s'exposaran els diferents subsistemes de recursos humans que conviuen i interaccionen entre ells dins d'una organització empresarial, que són els següents:

- Planificació de personal.
- Procés d'entrada i sortida.
- Organització i descripció de llocs de treball.
- Programes de formació.
- Sistemes de recompensa.
- Negociació col·lectiva.
- Motivació.
- El grup en l'organització.
- Comunicació organitzativa.
- Avaluació de l'acompliment.

## **AVALUACIÓ:**

---

Hi haurà dos controls i un treball de síntesis cap al final de l'assignatura. Els dos controls representaran el 40% i el 40% respectivament de la nota final, i el treball de síntesi tindrà un valor del 20% sobre la nota final. En el període de repesques es podrà recuperar un dels dos controls. Per aprovar l'assignatura la nota mitjana ha de ser un 5.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

### **Bàsica**

- Peters, Tom *Nuevas organizaciones en tiempos de caos*. Bilbao: Deusto, 1994.
- Perretti, Jean Marie *Todos somos directores de recursos humanos*. Barcelona: Gestión 2000, 1997.
- Handy, Charles *Más allá de la incertidumbre*. Apóstrofe, 1997.
- K.Gretz i S.Drozdeck *Aproveche la creatividad de sus empleados*. McGraw-Hill, 1994.
- Aedipe *La dimensión humana de la empresa del futuro*. Bilbao: Deusto, 1992.
- Covey, Stephen *Los siete hábitos de la gente eficaz*. Barcelona: Paidós Empresa n. 16, 1992.
- Semler, Ricardo *Radical*. Barcelona: Gestión 2000, 1996.
- Gasalla, José María *La nueva dirección de personas*. Madrid: Pirámide, 1997.
- Aguirre de Mena, J. *Dirección y gestión de personal*. Madrid: Pirámide, 2000.
- Iglesias Millán, J.A. *La gestión de los recursos humanos aplicada al sector turístico*. Barcelona: Bosch, 1992.
- Nebot López, M.J. *La selección de personal*. Fundación Confemetal, 1999.
- Serrat Julià, Josep *La gestión de personal en la empresa turística*. Centro de Estudios Ramon Areces, 1996.
- Elordoy Mota, Juan *Estrategia de empresa y recursos humanos*. McGraw-Hill, 1993.
- Puchol, Luis *Dirección y gestión de recursos humanos*. Madrid: Díaz de Santos, 2000.

## English for Business Management III

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- M. àngels Pinyana Garriga

### OBJECTIUS:

---

- The aim of the course is to familiarise students with language and language uses related to finance, business and economics in an international framework.
- The learning approach includes a mix of problem-solving activities, text analyses, and vocabulary building exercises, with a strong communicative element.
- The course methodology focuses on content, functional language and grammatical accuracy, with many new topic areas complementing and building on issues studied in other parts of the ADE courses.
- Grammar areas will be studied for homework. All course skills will be developed with exercises related to the world of business and economics.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

#### Competències genèriques:

- G3 Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- G5 Ser capaç d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals una llengua estrangera.
- G8 Capacitat per fer exposicions raonades i coherents.
- G11 Capacitat per treballar en un context internacional.

#### Resultats d'aprenentatge:

- Saber-se expressar amb fluïdesa en anglès.
- Saber expressar opinions i argumentacions sobre temes d'empresa en anglès.
- Conèixer i saber aplicar les estructures gramaticals de l'anglès.
- Conèixer el vocabulari específic de l'administració i direcció d'empreses.
- Comprendre i saber interpretar un text escrit i oral especialitzat en l'administració i la direcció d'empreses (textos de recerca, notícies...)
- Saber-se comunicar per escrit en anglès en situacions professionals habituals en l'àrea de l'administració i la direcció d'empreses.

## COMPETÈNCIES

---

### Generals

- Capacitat d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals la llengua anglesa.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat per treballar en un context internacional.

### Bàsiques

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

## CONTINGUTS:

---

### *Writing reports 1*

1. Facts and opinions
2. Linking words
3. A report on a trade finance website

### *Writing reports 2*

1. Head office relocation
2. Catering choices
3. Health and leisure needs
4. Style and tone
5. A report on facilities in the new head office

### *Mergers and acquisitions*

1. Key vocabulary of mergers, takeovers and buyouts
2. Mergers, takeovers and buyouts
3. The role of banks Cause and effect
4. Describing cause and effect
5. Role play: A takeover bid
6. Summarizing a meeting

### *Negotiating 1*

1. Learn to Love Negotiating
2. Conditional offers;
3. Should we grant this loan?
4. Making proposals, counter-proposals and conditional offers
5. Role plays: Making proposals and conditional offers,
6. Negotiating a loan
7. Summarizing a negotiation

### *Derivatives*

1. Key vocabulary of derivatives
2. Derivatives; An investment 'time bomb'
3. Derivatives Clarifying, summarizing and paraphrasing
4. Defending or criticizing derivatives

### *Negotiating 2*

1. Concluding an unsuccessful negotiation
2. Concluding a successful negotiation

3. Saturday opening
4. Dealing with conflict
5. Role play: Negotiating Saturday opening

#### *Presentations 1*

1. Learning styles
2. The introduction
3. Visual aids
4. Preparing an introduction

#### *Presentations 2*

1. Parts of a presentation
2. The end of a presentation
3. Dealing with questions and troubleshooting
4. Beginning and ending the parts of a presentation
5. The ending of a presentation
6. A complete presentation

### **AVALUACIÓ:**

---

L'avaluació del curs és continuada i obligatòria per poder superar l'assignatura. La nota final és el resultat de la mitjana de les accions d'avaluació i cal obtenir un cinc sobre deu de la part de gramàtica corresponent al 25% de la nota global del curs. Els percentatges dels exercicis avaluable s'especifiquen a les accions d'avaluació. La nota dels treballs no realitzats a la data prevista serà zero i no es podran repetir fora de termini. En cas d'haver suspès la gramàtica, hi ha la possibilitat de fer un examen de recuperació. No es podrà recuperar cap altra part dels continguts.

L'avaluació continuada constarà de les següents parts:

- exercicis de comprensió auditiva - 15%
- exercicis de comprensió lectora - 10%
- exercicis de lèxic - 20%
- exercicis d'expressió escrita - 15%
- pràctica d'expressió oral - 15%
- exercicis de gramàtica - 25%

### **BIBLIOGRAFIA:**

---

- *Course dossier*

#### **Grammar book:**

- Malcolm Mann; Steve Taylore-Knowles. (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan Reader.

## Estadística

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Francesc X. Vicente Soriano
- Joan C. Martori Cañas

### OBJECTIUS:

---

En aquesta assignatura introduïm l'estudiant en l'estadística inferencial. Fem especial atenció en el càlcul de probabilitats amb models de variables aleatòries, tant discretes com contínues. Aquest és un primer pas per a la comprensió dels fenòmens quantitius econòmics i empresarials. També es treballen els conceptes de mostreig, tant des d'un punt de vista teòric com pràctic i l'estimació de paràmetres poblacionals. Per acabar s'expliquen els principals contrastos d'hipòtesis i el model de regressió lineal simple. Tots aquests conceptes es treballen mitjançant la resolució de problemes aplicats a la gestió empresarial.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

En finalitzar l'assignatura, l'alumne:

1. Ha conèixer i entendre els conceptes associats a les variables aleatòries unidimensionals i bidimensionals.
2. Ha de conèixer el concepte de mostra i els diferents mètodes de selecció.
3. Ha de conèixer i entendre la teoria d'estimadors i saber estimar paràmetres.
4. Ha de saber realitzar contrastos d'hipòtesis.
5. Ha de conèixer el model de regressió lineal simple i saber aplicar-lo a casos reals.
6. Ha de saber analitzar dades mitjançant el software SPSS.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.

#### Específiques

- Conèixer i entendre els mètodes (anàlisi positiva i normativa, anàlisi estàtica i dinàmica) i els instruments de l'anàlisi econòmica (tècniques d'anàlisi, llenguatge econòmic, interrelació entre variables, etc.).
- Tenir capacitat d'analitzar i interpretar correctament els resultats estadístics com a suport en el procés de presa de decisions.

## CONTINGUTS:

---

1. Variables aleatòries unidimensionals.
  1. Funcions de probabilitat i de distribució.
  2. Models de variables aleatòries discretes.
  3. Models de variables aleatòries contínues.
2. Variables aleatòries bidimensionals.
  1. Definició.
  2. Covariància i correlació.
3. Mostreig.
  1. Noció de mostra.
  2. Tipus de mostreig.
  3. Estadístics bàsics.
4. Estimació de paràmetres.
  1. Definició d'estimador.
  2. Propietats dels estimadors.
  3. Estimació puntual.
  4. Estimació per interval.
5. Contrastació d'hipòtesis.
  1. Definició. Tipus d'error.
  2. Hipòtesis sobre la mitjana.
  3. Hipòtesis sobre la variància.
  4. Hipòtesis sobre proporcions.
  5. Anàlisi de la variància.
6. Proves Khi-quadrat.
  1. Contrast de la bondat de l'ajustament.
  2. Contrast d'homogeneïtat.
  3. Contrast d'independència.
7. Model de regressió lineal simple
  1. Formulació i hipòtesis.
  2. Estimació de paràmetres.
  3. Inferència, bondat de l'ajustament i predicció.
8. Utilització del programa informàtic SPSS per treballar models de variables aleatòries i resoldre exercicis d'interval de confiança i contrastos paramètrics.

## AVALUACIÓ:

---

L'assignatura s'avaluarà, en una única convocatòria, de forma contínua. Per avaluar l'assoliment de les competències de l'assignatura el professor utilitzarà els següents instruments per a la qualificació final:

- Dues proves amb teoria i problemes dels continguts de l'assignatura (45% cada prova)
- Una prova relativa al càlcul i interpretació de resultats generats pel programa informàtic SPSS (10 %)



La nota final serà la mitjana ponderada dels anteriors ítems.

En el cas de no obtenir el promig mínim de 5 es podrà recuperar **NOMÉS UNA** de les proves que ponderen el 45 %, concretament **la que tingui nota més baixa** de les dues. El segon ítem no és recuperable.

#### **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Alea Riera, M.V. *Estadística aplicada a les ciències econòmiques i socials*. Barcelona: UB /McGraw Hill, 1999.
- Newbold, P. *Estadística para los Negocios y la Economía*. PrenticeHall, 2008.
- Hanke, J.E.; Reitsch, A.G. *Estadística para negocios*. Irwin, 1995.
- Martín-Pliego, F.J.; Montero, J.M.; Ruíz-Maya, L. *Problemas de inferencia estadística*. Thomson, 2005.
- Parra, I. *Problemas de inferencia estadística*. Thomson, 2003.
- Ruíz-Maya, L.; Martín-Pliego, F.J. *Fundamentos de inferencia estadística*. Thomson, 2005.
- Wonnacot, T.H.; Wonnacot, R.J. *Fundamentos de estadística para administración y economía*. Mèxic: Limusa, 1989.

## Història Econòmica Mundial

Tipologia: Formació Bàsica (FB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Santiago Ponce Vivet

### OBJECTIUS:

---

La història econòmica contemporània analitza l'evolució de l'economia mundial i la diferenciació territorial que ha generat. Es tracta de donar als estudiants les referències històriques que els han de permetre comprendre l'estructura i la situació econòmiques internacionals del present. Per tant, l'objectiu fonamental d'aquesta assignatura és que l'alumnat adquireixi les competències que es proposen.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Comprèn els principals esdeveniments de la història econòmica per tal d'entendre l'economia del món actual.
- Adquireix una visió global de les diferents etapes de la història econòmica contemporània.
- Sap comprendre la naturalesa dels canvis històrics i les seves conseqüències econòmiques, socials i ideològiques.
- Sap relacionar els diferents factors que modulen les conjuntures econòmiques.
- Adquireix esperit crític vers els fets econòmics de la història.
- Sap expressar correctament els coneixements adquirits sobre la història econòmica.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

#### Específiques

- Conèixer els paradigmes bàsics de la sociologia, sabent identificar els principals actors, institucions i estructures socials.
- Tenir una formació bàsica de la història econòmica amb esperit crític dels fets històrics i les seves conseqüències i saber relacionar els diferents fets econòmics que han succeït al llarg dels anys.

#### Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.

## CONTINGUTS:

---

### Cap 1. La formació de l'economia de mercat.

- Tipologia de les grans formes econòmiques.
- La formació del sistema capitalista i la crisi de les societats preindustrials a l'Edat Moderna.
- Els règims demogràfics

### Cap 2. La formació del món contemporani al segle XIX.

- Industrialització, capitalisme i liberalisme.
- La Revolució Industrial britànica. Factors endògens i exògens
- La Revolució Industrial britànica. Take off.
- Pautes d'industrialització al segle XIX.
- L'economia internacional al segle XIX.

### Cap 3. Les tensions i el creixement econòmic al segle XX

- La Gran Guerra i les seves conseqüències.
- La crisi de 1929 i la depressió econòmica internacional.
- Les sortides a la crisi: El New Deal i el nazisme.
- La Revolució Russa i l'economia soviètica.
- La Perestroika i la Rússia postcomunista.
- La reconstrucció d'Europa després de la IIª Guerra Mundial.
- Bretton Woods i el GATT
- El creixement econòmic i l'edat d'Or.
- La crisi del petroli de 1973 i l'economia internacional del darrer terç del segle XX.

## AVALUACIÓ:

---

L'avaluació final de l'assignatura és el resultat de la mitjana aritmètica ponderada de les diferents parts on s'avaluen activitats diverses com exercicis (20%), proves parcials de contingut (20%), de vocabulari (20%), lectures (20%), treball en equip (20%). El fet de no lliurar o presentar una activitat té una penalització de -0.3 punts de la nota final per cadascuna de les activitats no presentades. A més, cal tenir present que hi ha una sola convocatòria, que l'avaluació és continuada, que la recuperació dels continguts no superats de l'assignatura només és parcial.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

- Feliu, G.; Sudrià, C., *Introducció a la història econòmica mundial*. Barcelona-València: Universitat Barcelona - Universitat de València, 2006.
- Aracil, R.; Segura, A. *Història econòmica mundial i d'Espanya*. Barcelona: Teide, 1993.
- Foreman-Peck, J., *Historia de la economía mundial. Las relaciones económicas mundiales desde 1850*. Barcelona: Ariel, 1985.

- Kenwood, A. G.; Lougheed, A. L., *Historia del desarrollo económico internacional. Desde 1820 hasta nuestros días*. Madrid: Istmo, 1989.
- Maddison, A., *Historia del desarrollo capitalista. Sus fuerzas dinámicas. Una visión comparada a largo plazo*. Barcelona: Ariel, 1991.
- 

## Enllaços

- <http://www.xtec.net/~aguiu1/socials/index.htm>
- <http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/9/Usr/Apdorta/resocial.htm>
- <http://www.socialesweb.com/http://pandora.uab.es/weblib/pagines/ecanales.html>
- <http://www.uv.es/~apons/http://www.xtec.net/~jdolcet/socials/>
- <http://www.csic.es/cbic/BGH/recinter.htm>
- <http://www.iespana.es/jocana59/enlaces/index.htm>
- <http://www.historiasiglo20.org/>
- <http://www.ucm.es/BUCM/ghi/0500.htm>
- [http://www.upf.edu/bibtic/nova\\_url.htm](http://www.upf.edu/bibtic/nova_url.htm)
- <http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/geohis/>
- <http://personal4.iddeo.es/jllovet/ghcweb/index.html>
- <http://www.geocities.com/SunsetStrip/Studio/2982/historia.html>
- <http://webs.racocatala.cat/seglexx/http://www.xtec.net/~csoria1/>
- <http://www.xtec.net/~jperez/hmc/>
- <http://idd02n6r.eresmas.net/spanish.htm>
- <http://www.buscabiografias.com/>
- <http://www.biografiasyvidas.com/>
- <http://www.orange.fr/bin/frame.cgi?u=http%3A//pp.auto.search.ke.voila.fr/>
- <http://www.cinehistoria.com/>
- <http://www.cinescola.info/>
- <http://www.xtec.net/~jbuxader/index.htm>

## Microeconomia II

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 4,5

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Rafael De Madariaga Sánchez

### OBJECTIUS:

---

Aquesta assignatura desenvolupa temes de Microeconomia Intermèdia. A la primera part s'estudia i analitza l'eficiència del mercat i s'expliquen les possibles errades del mercat. Situacions en les quals els mercats competitius no funcionen correctament; errades del mercat que requereixen la intervenció pública per evitar els efectes perversos sobre el benestar. La segona part analitza mercats no competitius, els efectes sobre el benestar i l'assignació de recursos i les intervencions públiques i regulacions per reduir les ineficiències.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

1. Comprendre els principis bàsics de la Microeconomia
2. Argumentar i opinar amb criteri fonamentat sobre les polítiques econòmiques alternatives
3. Saber desenvolupar matemàticament i gràficament els models analítics bàsics
4. Conèixer diversos tipus de mercats i les seves implicacions per la presa de decisions

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.

#### Específiques

- Entendre els principis bàsics de l'economia (tant en l'àmbit microeconòmic com macroeconòmic).

#### Bàsiques

- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per

emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

## CONTINGUTS:

---

1. L'equilibri competitiu i els teoremes de l'Economia del Benestar
2. Les limitacions del mercat competitiu. Errades del mercat i intervenció pública
3. Poder de mercat: Monopoli
4. Els mercats de factors productius. El mercat de treball. Els mercats de capital.
5. Poder de Mercat: Oligopoli.

## AVALUACIÓ:

---

**Avaluació continuada amb assistència a classe obligatòria.** Hi haurà dos controls parcials; un durant el curs (dates al pla de treball) i un en acabar el període docent, amb preguntes teòriques i exercicis numèrics. La nota final de l'assignatura serà la mitjana aritmètica de les notes de les dues proves (90%) més la valoració de la participació i implicació personal a les classes (10%). Aquells estudiants que no hagin aprovat amb les proves parcials podran fer una prova de recuperació de com a màxim una de les dues proves. Les dates del segon control i la recuperació es fixaran properament.

Aquells estudiants que no puguin assistir amb regularitat a les classes han de fer les proves parcials i també una prova final (la mateix data que la recuperació). En aquest cas, la qualificació final serà mitjana aritmètica de les proves parcials (50%) i la nota de la prova final (50%).

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Carrasco, A. et al. (2012): *Microeconomía intermedia: ejercicios resueltos*. Madrid: McGraw-Hill.
- Robert H. Frank (2009): *Microeconomía intermedia: análisis y comportamiento económico*. 7ªed. México: McGraw-Hill
- Katz, M., Rosen, H., Morgan, W. (2007): *Microeconomía intermedia*. 2ªed. Madrid: McGraw-Hill.
- Krugman, P. Wells, R. (2013): *Microeconomía*. 2ªed. Editorial Reverté.
- Madariaga, R. (2003): *Teoría Económica de l'empresa i la indústria*. UVic.
- Nicholson, W. (2006): *Microeconomía intermedia y aplicaciones*. 9ª ed. Madrid: Thomson.
- Stiglitz, J.E. (2011): *La economía del sector público*. 3ª ed. Barcelona: Antoni Bosch editor.

## Sistemes de Gestió de la Informació II

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Jordi Casas Vilari

### OBJECTIUS:

---

- Analitzar, avaluar i sintetitzar les necessitats d'informació de l'organització i saber aplicar les tecnologies de la informació més adequades a les seves necessitats.
- Aprendre a implementar i gestionar una Base de Dades.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

1. Sap traduir un disseny d'un sistema de gestió d'informació a un model implementable.
2. Sap gestionar una base de dades.
3. Sap extreure informació d'un sistema de gestió d'informació.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.

#### Específiques

- Conèixer els sistemes de suport d'informació a la direcció i les funcions dels mateixos.

#### Bàsiques

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

### CONTINGUTS:

---

1. Model Relacional
2. Gestors de Bases de Dades
  1. Creació de Bases de Dades
  2. Consultes QBE
  3. Llenguatge SQL
  4. Informes
  5. Formularis

## AVALUACIÓ:

---

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/o)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Exercicis Sessions Presencials	Tot el curs	10	No	1, 2, 3
Treball en grup	-	20	No	1, 2, 3
Examen	-	70	Sí	1, 2, 3

## Sistema d'avaluació

Descripció de les accions d'avaluació:

- Exercici sessions presencials: es tracta de realitzar individualment un conjunt d'exercicis a classe, podent fer ús de qualsevol material de suport. Cada conjunt d'exercicis es corregiran en la sessió presencial posterior a la seva realització. El professor qualificarà globalment l'evolució de l'estudiant en l'assoliment dels resultats d'aprenentatge.
- Treball en grup: es tracta de realitzar un treball en grup, podent fer ús de qualsevol material de suport, i exposar-lo a classe.

Examen: Consta de dos exercicis individuals (Control 1 i 2 en el pla de treball)

- Control 1 val un 60%
- Control 2 val un 40%
- La nota de l'examen es calcula ponderant amb els percentatges, sempre i quan es tingui un 4 com a mínim en cada control.
- En la pesca només es pot recuperar un control

## BIBLIOGRAFIA:

---

De cada tema es proporcionarà el material necessari a través del Campus Virtual



## **ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE TERCER CURS**

## Comptabilitat de Costos

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Anna M. Pérez Quintana
- Anna M. Sabata Aliberch

### OBJECTIUS:

---

La comptabilitat de costos és una de les parts de la comptabilitat de gestió i se centra en el càlcul de costos dels serveis o productes que ofereix una empresa. L'assignatura pretén que l'estudiant aprengui a pensar en termes de costos i de gestió empresarial. L'objectiu de l'assignatura és que l'estudiant sàpiga calcular el resultat intern de l'empresa.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Saber implantar un sistema de càlcul de costos adaptat a la necessitat de gestió de l'organització.
- Saber analitzar, interpretar i sintetitzar la informació obtinguda en la comptabilitat de costos com a font d'informació per a la gestió de l'organització.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

#### Específiques

- Conèixer com la comptabilitat s'utilitza com a llenguatge de la realitat econòmica de l'empresa.
- Conèixer els sistemes de suport d'informació a la direcció i les funcions dels mateixos.

#### Bàsiques

- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

## **CONTINGUTS:**

---

### 1.- Introducció a la comptabilitat interna.

- La comptabilitat com a sistema d'informació
- La comptabilitat externa i la comptabilitat interna
- Conceptes fonamentals de la comptabilitat interna

### 2.- El cost dels factors

- Definició
- Classificació dels costos

### 3.- Anàlisi del cicle intern de l'empresa

- Classes de producció
- Els processos productius

### 3.- El cicle comptable de la comptabilitat de costos

- Classificació dels costos
- Localització dels costos
- Imputació dels costos
- Compte de resultats

### 4.- Classes de costos

- El cost dels materials
- El cost del personal
- Els costos indirectes

### 5.- Localització i imputació dels costos

- Definició i classificació
- Repartiment primari i secundari
- Imputació dels costos

### 6.- Sistemes de costos per ordres de producció i per processos

- Sistema de costos per ordres de producció
- Sistema de costos per processos

### 7.- El sistemes de costos complets

- Full costing
- Imputació racional

### 8.- La producció conjunta

- Definició de costos conjunts
- Els productes principals
- Els subproductes

## AVALUACIÓ:

---

La nota final de l'assignatura s'obtéindrà a partir de la següent avaluació contínua:

- A la finalització del tema 4 es realitzarà un control teòric per comprovar els coneixements adquirits fins el moment (20%)
- Entrega de la resolució d'un exercici (10%)
- A la finalització del tema 7 hi haurà un control pràctic (50%).
- A la finalització del tema 8 es realitzarà un control pràctic (20%)

En la data fixada, a la finalització de la docència, només es podrà realitzar la recuperació del control del tema 7.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

- Amat, O.; Soldevila, P. *Contabilidad y gestión de costes*. Barcelona: Gestión 2000, 2002.
- Amat, O.; Soldevila, P.; Aguilà, S. *Ejercicios y casos resueltos de contabilidad y gestión de costes*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Horngren, C.T.; Foster, G. *Contabilidad de costos*. Ed. Pearson Prentice Hall, 2007.
- Martín Peña, F.; Ros, J. *Costes. Contabilidad y Gestión* Centro de Estudios Financieros. 2003.
- Paxau, E.; Pérez, A. *Costos empresariales i control de gestió. Casos pràctics*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Rocafort, A.; Ferrer, V. *Contabilidad de costes: fundamentos y ejercicios resueltos*. Bresca Profit, 2008.
- Tejada, A.; Pérez, R. *Contabilidad de costes*. Ed. Pearson Prentice Hall, 2004.
- Viñas, J. *Ejercicios resueltos de contabilidad de costos*. Universitat de Girona, 2002.

## Direcció Comercial I

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Patricia Cristina Dos Santos Amaral

### OBJECTIUS:

---

Els objectius de l'assignatura són (1) definir el màrqueting i el seu procés, (2) conèixer el mercat i els consumidors i (3) formular una estratègia de màrqueting.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

1. Definir els conceptes de màrqueting, explicar els conceptes centrals sobre el client i el mercat, identificar els elements clau d'una estratègia comercial i analitzar la gestió de relacions rendibles amb els clients.
2. Explicar la relació entre la planificació estratègica empresarial i l'estratègia de màrqueting, descriure el procés de màrqueting i enumerar les funcions de la direcció comercial.
3. Descriure com l'entorn condiona la capacitat de l'empresa d'atendre els seus clients, explicar la influència dels principals canvis i tendències en el micro i el macroentorn i conèixer els tipus de respostes de l'empreses.
4. Descriure la importància que té per l'empresa la informació i la comprensió del mercat, definir el sistema d'informació de màrqueting, esbossar els passos del procés d'investigació de mercats i explicar com les empreses analitzen i distribueixen la informació de màrqueting.
5. Entendre el mercat de consumidors, analitzar els factors que influeixen sobre el comportament de compra dels consumidors i especificar les etapes del seu procés de compra. Definir el mercat industrial, identificar els factors que afecten al comportament de compra de les organitzacions i definir les etapes del seu procés de compra.
6. Explicar el contingut de les decisions clau de màrqueting relacionades amb la segmentació de mercats de consum i industrials, la definició del públic objectiu i el posicionament de productes en el mercat.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.

- Capacitat per actuar d'acord amb un compromís ètic en la feina.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat per treballar en un context internacional.

### **Específiques**

- Conèixer els fonaments bàsics del màrqueting en les organitzacions, tant a nivell nacional com internacional.

### **Bàsiques**

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.

### **CONTINGUTS:**

---

#### **1. Introducció al màrqueting**

- 1.1. Concepte i definició de màrqueting
- 1.2. Conceptes centrals sobre el client i el mercat
- 1.3. Disseny d'una estratègia comercial
- 1.4. Filosofies de la direcció comercial
- 1.5. Creació de relacions amb els clients
- 1.6. Captació de valor dels clients

#### **2. Estratègia d'empresa i estratègia de màrqueting**

- 2.1. Planificació estratègica empresarial
- 2.2. El paper del màrqueting dins l'estratègia de l'empresa
- 2.3. Estratègia de màrqueting i *marketing mix*
- 2.4. El procés de la direcció comercial
- 2.5. Mesura del rendiment de la inversió en màrqueting

#### **3. L'entorn de màrqueting**

- 3.1. L'entorn de màrqueting
- 3.2. El microentorn de l'empresa
- 3.3. El macroentorn de l'empresa
- 3.4. Resposta a l'entorn

#### **4. Administració de la informació de màrqueting**

- 4.1. Determinació de les necessitats d'informació de màrqueting
- 4.2. Desenvolupament d'informació de màrqueting
- 4.3. Investigació de mercats
- 4.4. Anàlisi de la informació de màrqueting
- 4.5. Distribució i ús de la informació de màrqueting

#### **5. Comportament de compra dels consumidors i de les organitzacions**

- 5.1. Model de comportament del consumidor final
- 5.2. Característiques que afecten al comportament del consumidor final
- 5.3. Procés de decisió del comprador final
- 5.4. Procés de decisió de compra de nous productes
- 5.5. Mercats industrials

5.6. Comportament de compra dels compradors industrials

**6. Segmentació de mercats, definició del públic objectiu i posicionament de producte**

6.1. Segmentació de mercats, definició del públic objectiu i posicionament de producte

6.2. Segmentació de mercats de consum

6.3. Segmentació de mercats industrials

6.4. Determinació del mercat objectiu

6.5. Estratègies de posicionament

**AVALUACIÓ:**

---

El sistema d'avaluació és el següent:

- Realització d'activitats en les classes presencials, resolucions escrites i treballs amb exposició oral, 58%.
- Dues proves escrites, 42% (Control I i Control II)

La nota final de l'assignatura és la suma de les qualificacions obtingudes en els dos apartats anteriors. Per aprovar cal que aquesta suma sigui superior a 5 (sobre 10) i haver obtingut una nota mínima de 4,5 (sobre 10) en cadascun dels elements dels dos apartats anteriors.

**BIBLIOGRAFIA:**

---

**Bàsica**

- Armstrong, Gary *et al.* 2011. *Introducción al marketing*. Madrid: Pearson.

## Direcció Financera II

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 4,5

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Francesc X. Vicente Soriano

### OBJECTIUS:

---

L'objectiu es proporcionar a l'estudiant els coneixements i els conceptes necessaris per poder determinar i analitzar la relació entre rendibilitat i risc d'un actiu financer a partir de diferents models financers. S'estudiaran diverses mesures del comportament i del risc dels actius. Finalment es farà una introducció a les opcions financeres i les seves utilitats per la gestió financera.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Conèixer els mecanismes per avaluar l'eficiència dels mercats financers.
- Saber determinar quin és el model de valoració d'empreses més escaient a cada cas, sabent argumentar els avantatges i inconvenients de cada un.
- Adquirir les tècniques necessàries per poder aprofundir en la relació rendibilitat-risc de les accions que cotitzen en els diferents mercats financers.
- Reflexionar i entendre quins són els efectes que la política financera que segueix una empresa provoca en el valor d'aquesta empresa.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitats d'investigació.

#### Específiques

- Saber determinar la viabilitat econòmica d'una inversió a partir de criteris de selecció d'inversions, tenint capacitat per interpretar els diferents models teòrics de valoració d'empreses.

#### Bàsiques



- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

## CONTINGUTS:

---

### Tema 1. Teoria de valoració de carteres

- 1.1. Teoria de selecció de carteres model Markowitz
- 1.2. Model diagonal de Sharpe
- 1.3. Teoria de l'equilibri en el mercat de capitals
- 1.4. Model CAPM (Capital Asset Pricing Model)

### Tema 2. El comportament dels actius financers

- 2.1. Mesures de performance: mesures clàssiques; altres mesures.
- 2.2. Mesures del risc (volatilitat, VaR, CVar)

### Tema 3: Introducció a les opcions financeres

- 3.1. Definició i tipus d'opcions financeres
- 3.2. Estratègies simples i estratègies complexes
- 3.3. Valoració

## AVALUACIÓ:

---

L'avaluació constarà de les següents parts:

- Un control teòric que representa el 30 % de la nota.
- Un control pràctic escrit que representa un 35 % de la nota.
- Un control sobre la part d'Excel que representa un 35 % de la nota.

La nota final s'obindrà de la ponderació de les 3 parts anteriors. En cas de no arribar a 5 es podrà recuperar **NOMÉS UNA** de les següents proves: control teòric o control pràctic escrit.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart, C. *Fundamentos de financiación empresarial*. 5ª ed. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, 2002. 805 pàg. ISBN 8448120221.
- Suárez Suárez, Andrés. *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*. 21ª ed. Madrid: Pirámide, 2005. ISBN 8436818997.

### Complementària

- Berk, Jonathan; Demarzo, Peter. *Finanzas Corporativas*. 1a ed. Mèxic: Pearson Educación, 2008. 988 pàg. ISBN 9706860142.
- Block, Stanley B.; Hirt, Geoffrey, A. *Administración Financiera*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España, 2005. 653 p.
- Block, Stanley B.; Hirt, Geoffrey, A. *Fundamentos de gerencia financiera*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España, 2001.
- Bodie, Zvi; Kane, Alex; Marcus, Alan J. *Principios de inversiones*. 5a ed. Madrid: McGraw-Hill, 2004. 578 pàg. ISBN 8448140753.

- Bodie, Zvi; Merton, Robert C. *Finanzas*. Mèxic D.F.: Pearson Educació, 2003. 479 pàg. ISBN 9702600979.
- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart C. *Principios de finanzas corporativas*. 9ª ed. Madrid: McGraw-Hill, 2010. 764 pàg. ISBN 9789701072837.
- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart C. *Principles of corporate finance*. 4th ed. New York: McGraw-Hill, 1991. 924, 15, 11 19, 21 pàg. ISBN 0-07-100756-3.
- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart C.; Marcus, Alan J. *Fundamentos de finanzas corporativas*. 9ª ed. Madrid: McGraw-Hill, 2010. 848 pàg. ISBN 9786071502988.
- Bradley, Richard A.; Myers, Stewart C.; Marcus, Alan J. *Principios de dirección financiera*. Madrid: McGraw-Hill, 1996. ISBN 84-481-0608-3.
- Brigham, Eugene F.; Houston, Joel F. *Fundamentos de administración financiera*. 10a ed. Mèxic D.F.: Thomson, 2005. 831, [61] pàg. ISBN 970-686-431-8.
- Díez de Castro, Luis; López, Joaquín. *Dirección financiera*. Madrid: Prentice Hall, 2008. 256 pàg. ISBN 978-848-322-351-2.
- Gómez-Bezares, Fernando. *Gestión de carteras: (eficiencia, teoría de cartera, CAPM, APT)*. 2a ed. Bilbao: Desclée de Brouwer, 2000. 179 pàg. ISBN 8433009842.

## Econometria I

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 4,5

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Josep Lluís Garcia Domingo
- Ramon Oller Piqué

### OBJECTIUS:

---

L'assignatura pretén introduir l'estudiant en els models estadístics, econòmics i econòmics. Els objectius són entrenar l'alumne en la pràctica empírica per tal de conèixer la realitat econòmica, oferir recursos i estratègies per les tècniques quantitatives més usuals. Iniciar a l'alumne en la modelització econòmica mitjançant paquets informàtics.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Conèixer l'instrumental bàsic per a la modelització econòmica.
- Saber determinar la tècnica més adequada per analitzar les relacions causals entre variables econòmiques i empresarials.
- Obtenir i interpretar els resultats del software més habitual en la pràctica econòmica.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.
- Habilitats d'investigació.

#### Específiques

- Conèixer i entendre els mètodes (anàlisi positiva i normativa, anàlisi estàtica i dinàmica) i els instruments de l'anàlisi econòmica (tècniques d'anàlisi, llenguatge econòmic, interrelació entre variables, etc.).
- Tenir capacitat d'analitzar i interpretar correctament els resultats estadístics com a suport en el procés de presa de decisions.

## CONTINGUTS:

---

Tema 1. El model de regressió lineal múltiple.

Especificació. Estimació. Inferència. Predicció. Restriccions. Permanència estructural.

Tema 2. Observacions atípiques.

Palanquejament d'una observació. Anàlisi de residus. Distància de Cook.

Tema 3. Multicol·linealitat.

Causas. Conseqüències. Detecció. Solucions.

Tema 4. Variables exògenes qualitatives.

Variables dicotòmiques i politòmiques. Interpretació dels coeficients.

Tema 5. Problemes del MRLM.

Heteroscedasticitat i autocorrelació. Concepte, detecció i solucions.

## AVALUACIÓ:

---

Dues proves durant el curs que comptaran un 25% cadascuna. El 50% restant s'obtindrà d'un enunciat integrador al final del quadrimestre.

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Alegre, J.; Arcarons, J.; Bolancé, C.; Díaz, L. *Problemas y Ejercicios de Econometría*. Madrid: AC, 1995.
- Artís, M.; Clar, M.; del Barrio, T.; Guillén M.; Suriñach, J. *Introducció a l'Econometria*. Barcelona: Ediuoc, 1999.
- Fernández, A.; González, P.; Regúlez, M.; Moral, P.; Esteban, V. *Ejercicios de Econometría*. Madrid: McGraw-Hill, 2a ed, 2005.
- Gujarati, D. *Principios de Econometría*. Mèxic: McGraw-Hill, 3 aed, 2006.
- Gujarati, D. , Porter, D.C. *Econometría*. Mèxic: McGraw-Hill, 5a ed, 2009.
- Greene, W. *Análisis Económico*. Madrid: Prentice Hall, 2000.
- Martín, G.; Labeaga, J.M.; Mochón, F. *Introducción a la Econometría*. Madrid: Prentice Hall, 1997.
- Wooldridge, J.M. *Introducción a la econometría. Un enfoque moderno*. Madrid: Thomson, 2a ed, 2006.

## Matemàtiques de les Operacions Financeres

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Francesc X. Vicente Soriano

### OBJECTIUS:

---

Proporciona a l'estudiant els fonaments i les bases matemàtiques necessàries per valorar els conjunts de capitals financers que intervenen en les operacions financeres, de manera que es familiaritzi amb la terminologia i l'operativa pròpia de la matèria.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Conèixer l'instrumental bàsic per valorar operacions financeres
- Saber determinar la viabilitat econòmica d'una inversió a partir de criteris de selecció d'inversions
- Obtenir i interpretar mesures de la rendibilitat de les inversions i dels seus riscos.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per actuar d'acord amb un compromís ètic en la feina.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitats d'investigació.

#### Específiques

- Saber determinar la viabilitat econòmica d'una inversió a partir de criteris de selecció d'inversions, tenint capacitat per interpretar els diferents models teòrics de valoració d'empreses.
- Tenir la capacitat d'aplicar els conceptes matemàtics en diverses àrees de l'administració i direcció d'empreses.

## CONTINGUTS:

---

### Tema 1. Introducció.

- Operació financera.
- Capital financer.
- Classificació d'operacions.
- Equivalència financera.

### Tema 2. Règims financers.

- Interès simple vençut (descompte matemàtic).
- Interès simple anticipat (descompte comercial).
- Interès compost vençut. Interès compost anticipat (descompte compost).
- Equivalències.

### Tema 3. Rendes.

- Part general.
- Rendes constants.
- Rendes variables geomètricament i aritmèticament.
- Rendes fraccionades.

### Tema 4. Préstecs.

- Part general.
- Préstecs d'amortització no periòdica.
- Préstecs d'amortització periòdica.
- Valoració de préstecs.

## AVALUACIÓ:

---

- Dels temes 2, 3 i 4 n'hi haurà una prova al final de cada tema que tindrà un pes del 33,33 % de la nota total. La nota s'obté de les anteriors ponderacions.
- Si la nota final és de suspens, hi haurà la possibilitat de recuperar **una** de les proves en el període que estableixi la Facultat, **sempre i quan es tingui com a mínim una de les proves aprovades..**

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

#### Teoria:

- Gil Peláez, L. *Matemática de las operaciones financieras*. Madrid: AC, 1989.
- Rodríguez Rodríguez, A. *Matemática de la financiación*. Romargraf, 1994.

#### Problemes:

- Alegre Escolano, P.; Badia Batlle, C.; Borrel Vidal, M.; Sancho Insa, T. *Ejercicios resueltos de Matemática de las operaciones financieras*. Madrid: AC, 1989.
- Fontanals Albiol, H. *Matemática financiera. Supuestos*. Ediciones S, 1992.
- Gil Peláez, L.; Barquero, M.J.; Gil, M.A.; Maestro, M.L. *Matemática de las operaciones financieras. Problemas resueltos*. Madrid: AC, 1989.

- González Catalá, V. *Enfoque práctico de las operaciones de la Matemática Financiera*. Madrid: Ediciones Sociales, 1991.
- Vicente Soriano, X. *Problemes resolts de matemàtica financera*. Vic: Eumo Editorial, 1996.

Tots ells es poden localitzar a la biblioteca de la UVic.

### **Complementària**

- S'especificarà amb cada tema.

## Comptabilitat III

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 4,5

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Anna M. Pérez Quintana

### OBJECTIUS:

---

Les organitzacions econòmiques s'enfronten cada vegada més a un nivell més alt de complexitat i a uns entorns que canvien contínuament i això fa que hagin d'anticipar l'evolució i el funcionament dels diferents negocis, visualitzant en la mesura del possible els seus punts forts i dèbils. En aquest marc, doncs, la comptabilitat de gestió s'inscriu precisament en aquesta lògica de dotar les organitzacions de les eines que li serveixen per gestionar els seus negocis.

L'objectiu de l'assignatura és oferir les eines que la comptabilitat de gestió ofereix a les empreses per implantar els sistemes d'informació adients per tal que els directius tinguin la informació necessària de cada àrea de negoci per a la presa de decisions.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Comprendre i saber aplicar la comptabilitat (financera, analítica i de gestió) com a font d'informació per a la gestió d'empreses.
- Conèixer les tècniques adequades per a obtenir i interpretar la informació obtinguda a través de la comptabilitat de gestió i redactar els informes corresponents (tant a nivell històric com previsional).
- Saber analitzar, interpretar i sintetitzar la informació obtinguda en la comptabilitat com a font d'informació per a la gestió de l'organització.
- Saber implantar un sistema de càlcul de costos adaptat a la necessitat de gestió de la informació
- Ser capaç de calcular, implantar i analitzar un sistema de control pressupostari
- Ser capaç d'implantar un quadre de comandament integral i analitzar-ne els resultats
- Analitzar i avaluar la informació obtinguda de la comptabilitat financera, de costos i de gestió per tal de facilitar el procés de la presa de decisions de la direcció.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.



- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.
- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

### **Específiques**

- Conèixer com la comptabilitat s'utilitza com a llenguatge de la realitat econòmica de l'empresa.
- Conèixer els sistemes de suport d'informació a la direcció i les funcions dels mateixos.

### **Bàsiques**

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

### **CONTINGUTS:**

---

#### Tema 1. La comptabilitat de gestió

- 1.1.- Definició
- 1.2.- Objectius

#### Tema 2. Model Direct Costing

- 2.1.- Definició
- 2.2.- Presa de decisions

#### Tema 3. Control pressupostari

- 3.1.- Pressupostos
- 3.2.- Costos estàndard i desviacions

#### Tema 4.- Altres desenvolupaments de la comptabilitat de costos com a eina de gestió

- 4.1. Anàlisi cost-volum-benefici
- 4.2.- El model ABC
- 4.3.- Els costos de la qualitat

#### Tema 5. Els indicadors i el quadre de comandament integral

- 5.1.- Els indicadors
- 5.2.- El quadre de comandament integral

### **AVALUACIÓ:**

---

- Hi haurà un control al final dels temes 2, 3, 4.1 i 4.3. que tindran un pes cadascun d'un 20%, és a dir, un total del 80% (el tema 1 s'avaluarà juntament amb el tema 2). És obligatori realitzar els 4 controls per poder aprovar l'assignatura.
- El tema 5 s'avaluarà realitzant un treball que valdrà un 20%.

### **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Amat, Joan M. *Control presupuestario*. Barcelona: Gestión 2000, 1992.
- Amat, O. *La Contabilidad de gestión actual: nuevos desarrollos*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 1994
- Amat, O. *Ejercicios y casos resueltos de contabilidad y gestión de costes*. Barcelona: Gestión 2000,

cop. 2000

- Amat, O.; Soldevila, P. *Contabilidad y gestión de costes*. Ediciones Gestión 2000. 2011
- Amat, O.; Soldevila, P i Aguilà, S. *Ejercicios y casos resueltos de contabilidad y gestión de costes*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Amat, O. *Costes de Calidad y de no Calidad*. Barcelona: Gestión 2000, 2004.
- Ayuso, A.; Barrachina, M.; Garrigos, R.; Tamarit, C.; Urquidi, A. *Casos prácticos resueltos de contabilidad de costes*. 2011
- Brimson James, A. *Contabilidad por actividades: un enfoque de costes basado en las actividades*. Barcelona: Marcombo, 1995.
- Cañabate, A. *Casos de costos i presa de decisions*. Barcelona: UPC, 1993.
- Horngren, C.T.; Foster, G. *Contabilidad de costos*. Ed. Pearson Prentice Hall, 2007.
- Kaplan, Robert S. *El Cuadro de mando integral. The balanced scorecard*. Barcelona: Gestión 2000, 1997.
- Muñoz, L. *Control presupuestario*. 2009
- Paxau, E.; Pérez, A. *Costos empresariales i control de gestió. Casos pràctics*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Rocafort, A.; Ferrer, V. *Contabilidad de costes: fundamentos y ejercicios resueltos*. Bresca Profit, 2008.
- Tejada, A.; Pérez, R. *Contabilidad de costes*. Ed. Pearson Prentice Hall, 2004.
- Rosanas Martí, J.M. *Informació comptable per a la presa de decisions empresarials: una introducció a la comptabilitat*. Barcelona: Ariel, 1992.
- Santandreu, Eliseu. *Cálculo de costes con el método ABC*. Barcelona: Gestión 2000, 1995.
- Viñas, J. *Exercicis resolts de comptabilitat de costos. Universitat de Girona*. 2002.
- *Noves tendències en control i comptabilitat de gestió*. Barcelona: ACCID, DL 2007.
- *Contabilidad de gestión para la toma de decisiones*. Madrid: AECA, 200.
- *El Sistema de costes basado en las actividades*. Madrid: AECA, 1997.
- *Avances y prácticas empresariales en contabilidad de gestión*. Madrid: AECA, 1996.
- *La Contabilidad de gestión en los noventa: 50 artículos divulgativos*. Madrid: AECA, 1996.
- *La Contabilidad de gestión actual: nuevos desarrollos*. Madrid: AECA, 1994.
- *Estudio sobre la implantación de la contabilidad de gestión en España*. Madrid: AECA, 1994.
- *La contabilidad de gestión como instrumento de control*. Madrid: AECA, 1990.
- *Costes de calidad*. Madrid: AECA, 1995.
- *Costes estándares y análisis de desviaciones*. Madrid: AECA, 1996.
- *Manual de control de gestión*, 2010.
- *Dominar el cuadro de mando integral: manual práctico basado en más de 100 experiencias*. Barcelona: Deusto, 2006.

## Dret Laboral

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Maria Teresa Calzada Balcells

### OBJECTIUS:

---

Proporcionar a l'estudiant els coneixements i eines per comprendre i valorar tant a nivell teòric com pràctic els sistemes de contractació laboral i les especials circumstàncies derivades de la relació empresari-treballador, tant en l'aspecte social i de convivència en l'empresa com en els processos contenciosos que puguin plantejar-se davant els Tribunals de Justícia.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Conèixer i saber aplicar la normativa laboral i de Seguretat Social.
- Saber identificar i analitzar una relació laboral.
- Saber distingir, en el contingut del dret del treball, el doble pla individual i col·lectiu en què es manifesta.
- Utilitzar els diferents sistemes de contractació
- Conèixer el fonament unitari dels diferents poders que l'empresari pot desplegar en el marc del contracte de treball (poder directiu, de modificació i disciplinari), i el concepte, el contingut i els límits d'aquests poders.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

#### Específiques

- Conèixer el dret que afecta l'empresa en general, a les societats mercantils en particular i a la contractació mercantil i la seva legislació específica.

## **Bàsiques**

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.
- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.

## **CONTINGUTS:**

---

### **Primera part. Introducció.**

- Caracterització teòrica del Dret del Treball.
- Concepte de treballador.
- Conceptes d'empresari i empresa.
- Fonts del Dret del Treball.
- Drets fonamentals i relació laboral.

### **Segona part. Dret col·lectiu del treball.**

- Llibertat sindical individual.
- Llibertat sindical col·lectiva.
- Representació unitària.
- Representació sindical.
- Negociació col·lectiva i conveni col·lectiu.
- Dret de vaga i tancament patronal.

### **Tercera part. Dret individual del treball.**

- Contracte de treball.
- Modalitats de contractes.
- Temps de treball.
- Salari.
- Potestats de l'empresari.
- Alteració subjectiva i suspensions de la relació laboral.
- Extinció de la relació laboral.

## **AVALUACIÓ:**

---

L'avaluació de l'assignatura consta de :

- Prat pràctica: entrega de 6 exercicis pràctics. Val un 50 % de la nota final de l'assignatura. Es farà la mitjana aritmètica de les 5 millors notes.

- Part teòrica : examen en el període d'exàmens que fixi la facultat. Val un 50% de l'assignatura.

Per aprovar l'assignatura és necessari que la mitjana sigui com a mínim d'un 5, tot i que és necessari un mínim d'un 4 en cadascuna de les dues parts per fer la mitjana. En el període de repesques l'alumne podrà recuperar només una de les dues parts.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

- *Legislación Social Básica*. Ed. Civitas (última ed.)
- *Legislación de Seguridad Social*. Ed Tecnos. (última ed.)
- Martín Valverde, A. *Derecho del Trabajo*. Ed Tecnos. (última ed.)
- Cruz Villalon, J. Compendio de derecho del trabajo. Ed Tecnos (última ed.)
- Ojeda Avilés, A. *Derecho Sindical*. Ed Tecnos (última ed.)

## Econometria II

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 4,5

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Ramon Oller Piqué

### OBJECTIUS:

---

L'assignatura es planteja com la continuació natural de l'assignatura d'Econometria I. S'ampliarà la metodologia economètrica a l'estudi dels models de variables qualitatives, sèries temporals i models dinàmics. S'utilitzarà un paquet informàtic per realitzar la part empírica de l'assignatura.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Conèixer l'instrumental bàsic per la modelització economètrica i la previsió empresarial.
- Obtenir una estimació dels paràmetres d'interès i realitzar inferència sobre ells.
- Utilitzar el software informàtic i interpretar els resultats obtinguts.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.
- Habilitats d'investigació.

#### Específiques

- Conèixer i entendre els mètodes (anàlisi positiva i normativa, anàlisi estàtica i dinàmica) i els instruments de l'anàlisi econòmica (tècniques d'anàlisi, llenguatge econòmic, interrelació entre variables, etc.).
- Tenir capacitat d'analitzar i interpretar correctament els resultats estadístics com a suport en el procés de presa de decisions.

## CONTINGUTS:

---

Tema 1. Pertorbacions no esfèriques.

El model de regressió lineal múltiple generalitzat. Estimació per mínims quadrats generalitzats (MQG). El contrast de Jarque-Bera.

Tema 2. Heteroscedasticitat.

Mètodes gràfics. Contrastos d'heteroscedasticitat. Estimació MQG.

Tema 3. Autocorrelació.

Funció d'autocorrelació simple. Models autoregressius. Contrastos d'autocorrelació. Estimació MQG.

Tema 4. Variables endògenes qualitatives.

El model de probabilitat lineal (MPL). Els models LOGIT i PROBIT.

Tema 5. Models dinàmics.

Models autoregressius i de retards distribuïts. Estabilitat. Anàlisi i interpretació dels models.

Tema 6. Models estocàstics de sèries temporals.

Anàlisi de l'autocorrelació. Estacionarietat i estacionalitat. Metodologia Box-Jenkins.

## AVALUACIÓ:

---

L'assignatura s'avaluarà, en una única convocatòria, de forma contínua. Per avaluar l'assoliment de les competències de l'assignatura el professor utilitzarà els següents instruments per a la qualificació final:

- Dues proves pràctiques amb el programa estadístic SPSS (50%)
- Un examen final de síntesi amb teoria i problemes dels continguts de l'assignatura (50%)

La nota final serà la mitjana ponderada d'aquests dos ítems, sempre i quan s'hagi obtingut una nota mínima de 4 en l'examen de síntesi.

En el cas de no superar la nota mínima en l'examen de síntesi o no tenir una mitjana aprovada, es podrà fer una recuperació de l'examen de síntesi (continua essent necessari una nota mínima de 4). El primer ítem no és recuperable.

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Alegre, J.; Arcarons, J.; Bolancé, C.; Díaz, L. *Problemas y Ejercicios de Econometría*. Madrid: AC, 1995.
- Artís, M.; Clar, M.; del Barrio, T.; Guillén, M.; Suriñach, J. *Introducció a l'Econometria*. Barcelona: Ediuoc, 1999.
- Fernández, A.; González, P.; Regúlez, M.; Moral, P.; Esteban, V. *Ejercicios de Econometría*. Madrid: McGraw-Hill, 2a ed, 2005.
- Gujarati, D.; Porter, D.C. *Econometría*. Mèxic: McGraw-Hill, 5a ed, 2009.
- Greene, W. *Análisis Económico*. Madrid: Prentice Hall, 2000.
- Gujarati, D. *Principios de Econometría*. Mèxic: McGraw-Hill, 3a Edició 2006.
- Martín, G.; Labeaga, J.M.; Mochón, F. *Introducción a la Econometría*. Madrid: Prentice Hall, 1997.
- Wooldridge, J.M. *Introducción a la econometría. Un enfoque moderno*. Madrid: Thomson, 2a ed, 2006.

## Economia Internacional i Integració Europea

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Enric Casulleras Ambrós

### OBJECTIUS:

---

Proporcionar a l'estudiant els instruments teòrics de l'Economia Internacional per a discutir sobre la bonança dels processos d'integració comercial i/o monetària. I conèixer el procés de la integració europea, des dels antecedents històrics fins a l'actualitat, tractant aspectes polítics, econòmics, legals i institucionals

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Conèixer les bases teòriques del comerç internacional.
- Conèixer el procés polític que va dur a la creació de les Comunitats Europees, i la seva evolució fins a l'actual Unió Europea.
- Conèixer alguns dels principals conflictes del nostre món i analitzar la crisi econòmica que comença el 2008.
- Desenvolupar la capacitat crítica en l'ús de la informació, fomentant el desenvolupament d'opinions de tot tipus en l'àmbit de la política econòmica.
- Conèixer i comprendre les teories del comerç internacional.
- Saber resoldre problemes gràfics i numèrics basats en els models d'economia internacional.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

#### Específiques

- Conèixer i entendre els mètodes (anàlisi positiva i normativa, anàlisi estàtica i dinàmica) i els instruments de l'anàlisi econòmica (tècniques d'anàlisi, llenguatge econòmic, interrelació entre variables, etc.).
- Entendre els principis bàsics de l'economia (tant en l'àmbit microeconòmic com macroeconòmic).



## Bàsiques

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.
- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.

## CONTINGUTS:

---

- Tema 1. Europa al S.XX
- Tema 2. De Bretton Woods al Tractat de Roma
- Tema 3. Fonaments teòrics de la integració comercial
- Tema 4. De l'Àrea de lliure comerç al Tractat de Shengen
- Tema 5. Fonaments teòrics de la integració monetària.
- Tema 6. Del Tractat de Maastricht a l'actualitat.
- Tema 7. Les institucions europees.
- Tema 8. Aspectes jurídics de la integració
- Tema 9. Els reptes actuals.

## AVALUACIÓ:

---

Tres proves escrites al llarg del curs, cada una de les quals té un pes de 1/3 part de la nota final.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

- Acemoglu, D. i Robinson, J. A. *Por qué fracasan los países*. Deusto, 2012.
- Burgaya, J. *Economía de l'absurd*. Edicions 3 i 4, 2013
- Tamames, R.; López, M. *La Unión Europea*. Madrid: Alianza Editorial, 2006.
- Tugores, J. *Economía Internacional e Integración Económica*. Madrid: McGraw Hill, 2008.

### Complementària

- Calvo Hornero, A. *La ampliación de la Unión Europea*. Madrid: Thomson, 2006.
- Gombrich, E.H. *Breu història del món*. Barcelona: Empúries, 2001.
- Rodrik, D. *La paradoja de la globalización. La democracia y el futuro de la economía mundial*. Barcelona: Antoni Bosch editores, 2011

**Llocs web**odrick, D. *La paradoja de la globalización*. Antoni Bosch editores, 2011

- *European Navigator*. (Enorme repertori documental en anglès i francès)
- *Europa*. (Web oficial de la UE. En castellà.)
- *Europa Press Released Rapid*. (Motor de recerca de diaris, en anglès)
- *Consilium*. (Web oficial del Consell de la UE. En tots els idiomes de la Unió).
- *Comisión Europea. La UE en España* (Web de la Representació de la Comissió a Espanya, en

castellà).

## **ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE QUART CURS**

## Direcció Comercial II

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Ferran Gustau Jaén Coll

### OBJECTIUS:

---

Els objectius de l'assignatura són fer conèixer a l'alumne el Marketing operatiu o tàctic, amb la seva concreció en els quatre àmbits d'intervenció coneguts com les "4P": producte, preu, distribució i promoció, així com fer que l'alumne participi de discussions dinàmiques en base a algún text (notícia, article, llibre), familiaritzan-lo amb els concepte i estris, apropant-lo a la experiència professional.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Definir i classificar els productes i serveis, descriure les decisions relatives a productes i marques, identificar les característiques i estratègies dels serveis, explicar les etapes del procés de desenvolupament de nous productes i descriure les fases i estratègies del cicle de vida del producte.
- Identificar els factors interns i externs que afecten a les decisions de fixació de preus, descriure estratègies de fixació de preus a nous productes i a conjunts de productes, analitzar aspectes relacionats amb l'inici i resposta a canvis en els preus.
- Raonar les funcions dels canals de distribució, analitzar la interacció entre els membres d'un canal i la seva organització, explicar el contingut de les decisions sobre disseny i gestió dels canals i descriure els principals tipus de detallistes i de majoristes.
- Analitzar els processos i els avantatges de la comunicació de màrqueting integrada, definir les cinc eines de promoció i analitzar els factors a considerar a l'hora de combinar-les.
- Conèixer el propòsit i el contingut d'un pla de màrqueting, examinar la situació actual de màrqueting: mercat, producte, competència i distribució, dur a terme una anàlisi DAFO, fixar objectius de màrqueting, formular una estratègia de màrqueting, definir programes d'acció, elaborar pressupostos i establir controls.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.

- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

### **Específiques**

- Conèixer els fonaments bàsics del màrqueting en les organitzacions, tant a nivell nacional com internacional.
- Redactar projectes de gestió global, projectes d'àrees funcionals de l'organització, plans d'empresa, etc. que reflecteixin la capacitat per identificar i desenvolupar iniciatives empresarials.

### **Bàsiques**

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

## **CONTINGUTS:**

---

### **1. Producte i Marca**

- 1.1. Concepte i classificació de productes i serveis.
- 1.2. Decisions sobre productes i serveis individuals i sobre línies i carteres de productes.
- 1.3. Màrqueting de serveis.
- 1.4. Estratègia d'assignació i de desenvolupament de marca.
- 1.5. Desenvolupament de nous productes.
- 1.6. Estratègies al llarg del cicle de vida del producte.

### **2. Preu**

- 2.1. Concepte de preu
- 2.2. Factors que afecten a la fixació de preus.
- 2.3. Fixació de preus a nous productes.
- 2.4. Fixació de preus a combinacions de productes.
- 2.5. Estratègies per a l'ajustament de preus.
- 2.6. Canvis en els preus.

### **3. Distribució**

- 3.1. Naturalesa i importància dels canals de distribució.
- 3.2. Comportament i organització del canal.
- 3.3. Decisions sobre el disseny del canal.
- 3.4. Decisions sobre la gestió del canal.
- 3.5. Tipus de detallistes i majoristes

### **4. Promoció**

- 4.1. El *mix* de promoció.
- 4.2. Comunicació.
- 4.3. Establiment de la mescla global de promoció.

## AVALUACIÓ:

---

El sistema d'avaluació és el següent:

? Proba Test de tot el programa, basat en el llibre de Kotler i Armstrong (capítols 8 a 15) i apunts de classe 40% de la nota final.

? Presència a classe: 10% de la nota final.

? Preparació, presentació a classe i participació en els debats que es promouran en base a lectures 40% de la nota final.

? Lliurament de petits encàrrecs amb el raonament de l'alumne: 10% de la nota final.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica:

- Helfer, J.P. i Orsoni, J. (2014): *Marketing*. 13 edició Vuibert, París.
- Kotler, P. i Armstrong, G. (2012): *Marketing*. 14 edició, Pearson Educació, Mèxic. Capítols 8 a 15.
- Vandercammen, M. (2011): *Marketing*, 3<sup>a</sup>. Edició revisada i actualitzada. De Boeck. Brussel·les

### Complementària:

- Eco, U. I Ceserani, G. P. (2000) *El redescubrimiento de América*. Ediciones Península Text de G. P. Ceserani: 'La América target?' (p. 45 a 103).
- Sánchez Ferlosio, Rafael (2003) *Non olet*. Ediciones Destino. Colección Imago Mundi, volumen 30 (pàgines 7 a 121).

## Direcció Estratègica I

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 4,5

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Ferran Gustau Jaén Coll

### OBJECTIUS:

---

En aquesta assignatura es pretén que l'alumne adquireixi els coneixements propis de la estratègia empresarial i les orientacions de les polítiques d'empresa que se'n deriven, assolint el llenguatge, els conceptes i la perspectiva propis de la direcció estratègica. Correspon a l'aprofundiment i ampliació d'una part de l'assignatura d'Economia d'Empresa cursada al inici del Grau i que tindrà la seva continuació després a Direcció Estratègica II.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Un primer objectiu a assolir és el del marc general de desenvolupament de l'estratègia en el si de l'empresa.
- Un altre objectiu és el domini del llenguatge propi de la estratègia i la seva conceptualització, que permet comunicar-se amb la comunitat de persones que utilitzen l'estratègia en els àmbits empresarial, universitari, etc.
- És també un objectiu assolible després d'haver cursat l'assignatura, l'anàlisi de les estratègies implementades a les empreses, discernint quina aplicació específica se'n fa.
- Un objectiu adicional de l'assignatura és preparar a l'alumne per a l'estudi prospectiu de l'entorn per el qual s'haurà de triar un camí estratègic.
- Objectiu adicional és donar accés a l'alumne a encabir els nous desenvolupaments i estris analítics que vagin apareixen en el camp de l'estratègia.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

## Específiques

- Redactar projectes de gestió global, projectes d'àrees funcionals de l'organització, plans d'empresa, etc. que reflecteixin la capacitat per identificar i desenvolupar iniciatives empresarials.

## Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

## CONTINGUTS:

---

0.- Marc general de l'assignatura.

Part I. Introducció.

1. Introducció a l'estratègia.

Part II. La posició estratègica.

2. L'entorn.

3. Capacitat estratègica.

4. Expectatives i propòsits.

Part III. L'elecció estratègica.

5. Estratègia en l'àmbit de la unitat de negoci.

6. Estratègia en l'àmbit corporatiu i estratègia internacional.

7. Direccions i mètodes de desenvolupament.

## AVALUACIÓ:

---

Es compon de 3 factors:

1. Presència controlada a les sessions: 10%.
2. Examen tipus test sobre els conceptes i idees a final de curs: 50%.
3. Treball dirigit de grup: 40%.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

- Hellriegel, D.; Jackson, S.E.; Slocum Jr., J. W. (2005): *Administración. Un enfoque basado en competencias*. Thomson, 10a ed.
- Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R. (2005): *Dirección estratégica*. Pearson. Prentice Hall, 7ª ed.
- The Boston Consulting Group (1998): *Ideas sobre estrategia*. Bilbao: Deusto.
- Thompson. Peteraf. Gamble i Strickland (2012): *Administración estratégica*. Mc Graw-Hill.



## Complementària

- Ducreux, J.-M.; Marchand-Tonel M. (2004): *Stratégie. Les clés du succès concurrentiel*. París: Éditions d'Organisation.
- Hellriegel, D.; Jackson, S.E.; Slocum Jr., J. W. (2005): *Administración. Un enfoque basado en competencias*. Thomson, 10a ed.
- Hitt, M. A., Duane Ireland, R.; Hoskisson, R. E. (1999): *Administración estatégica: Conceptos de Competitividad y globalización*. International Thomson Editores.
- Menguzatto, M.; Renau, J.J. (1991): *La dirección estratégica de la empresa: un enfoque innovador del management*. Barcelona: Ariel, 1991.
- Soparnot, Richard (2010): *Stratégie des organisations*. París: Hachette Livre.
- La Documentation Française: *Les stratégies d'entreprise*. Cahiers Français. Núm 275, mars-avril 1996.
- La Documentation Française: *Management et organisation des entreprises*. Cahiers Français. Núm 287, juillet-septembre 1998.
- La Documentation Française: *L'entrepris: fin de siècle, nouveaux défis?* Problèmes économiques. Núm 2.591-2.592, 18-25 novembre 1998.

## Dret Tributari

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Felix Jurado Escobar

### OBJECTIUS:

---

L'objectiu de l'assignatura és que l'estudiant assoleixi coneixements sobre els aspectes i conceptes tributaris en general i sobre el sistema fiscal aplicable al nostre país, a través del desenvolupament explicatiu de la Llei General Tributària i sobre els impostos més importants, com l'Impost sobre la Renda de les Persones Físiques (IRPF), l'Impost sobre Societats (IS) i l'Impost sobre el Valor Afegit (IVA), que poden incidir sobre l'empresa i sobre els ciutadans en general.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

Es pretén que l'estudiant aprengui a conèixer el sistema tributari i a localitzar de forma fàcil la informació de tipus fiscal que pugui precisar en un determinat moment, mitjançant l'ús adequat del portal a Internet de l'Agència Estatal Tributària (AEAT) i de les prestacions que el mateix ofereix per realitzar tràmits, consultes i actuacions amb l'agència.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

#### Específiques

- Conèixer el dret que afecta l'empresa en general, a les societats mercantils en particular i a la contractació mercantil i la seva legislació específica.

#### Bàsiques

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.
- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de

problemes en l'àrea d'estudi pròpia.

## **CONTINGUTS:**

---

### **Tema 1 Introducció**

- 1.1.-L'activitat financera
- 1.2.-Els ingressos i la despesa pública
- 1.3.-El dret financer i el dret tributari
- 1.4.-Els principis constitucionals del dret tributari
- 1.5.-Les fonts del dret tributari
- 1.6.-L'eficàcia de les normes tributàries
- 1.7.-La interpretació i la integració de les normes
- 1.8.-El frau de llei i la simulació
- 1.9.-La consulta tributària
- 1.10.-El poder financer (de l'Estat, de les Comunitats Autònomes i dels Ens Locals)
- 1.11.-L'administració tributària
- 1.12.-L'aplicació dels tributs

### **Tema 2 Els tributs**

- 2.1.-Els tributs
- 2.2.-Els impostos
- 2.3.-Les taxes
- 2.4.-Les contribucions especials

### **Tema 3 La relació jurídicotributària**

- 3.1.-La relació jurídicotributària
- 3.2.-L'obligació tributària
- 3.3.-El fet imposable
- 3.4.-L'exempció tributària
- 3.5.-La meritació
- 3.6.-La repercussió del tribut
- 3.7.-L'anticipació del tribut: retencions, ingressos a compte i pagaments fraccionats
- 3.8.-Els subjectes de l'obligació tributària
- 3.9.-La representació
- 3.10.-El domicili fiscal
- 3.11.-El número d'identificació fiscal
- 3.12.-La base imposable
- 3.13.-La base liquidable
- 3.14.-Els tipus de gravamen impositius
- 3.15.-El deute tributari

### **Tema 4 Els impostos directes**

- 4.1.-L'impost sobre la renda de les persones físiques
- 4.2.-L'impost sobre la renda dels no residents
- 4.3.-L'impost sobre el patrimoni
- 4.4.-L'impost sobre successions i donacions
- 4.5.-L'impost sobre societats

### **Tema 5 Els impostos indirectes**

- 5.1.-L'impost sobre transmissions patrimonials i actes jurídics documentats
- 5.2.-L'impost sobre el valor afegit (IVA)
- 5.3.-Els impostos especials

### **Tema 6 El sistema impositiu local**

- 6.1.-L'estructura del sistema impositiu local
- 6.2.-L'impost sobre béns immobles
- 6.3.-L'impost sobre activitats econòmiques
- 6.4.-L'impost sobre vehicles de tracció mecànica
- 6.5.-L'impost sobre construccions, instal·lacions i obres
- 6.6.-L'impost sobre l'increment del valor dels terrenys de naturalesa urbana

### **Tema 7 La gestió tributària**

- 7.1.- La gestió tributària
- 7.2.- Els procediments de liquidació dels tributs
- 7.3.- Els procediments de comprovació dels tributs. El règim jurídic de les actuacions inspectores
- 7.4.- Els procediments de recaptació dels tributs
- 7.5.- Les infraccions i les sancions tributàries. El delictes contra la Hisenda Pública
- 7.6.- Els procediments de revisió dels tributs: els recursos i reclamacions a l'àmbit tributari.

## **AVALUACIÓ:**

---

L'avaluació de l'assignatura serà continuada. Es faran dos controls durant el curs en forma de preguntes obertes, test o d'ambdues tècniques al mateix temps, així com d'aplicació pràctica de les normes reguladores dels tributs.

Aquestes proves control es fan per comprovar que s'han assolit els temes tractats que formen part de l'avaluació continuada de l'assignatura.

La puntuació serà la següent:

- Temes 1, 2, 3 i 6: 40% nota final.
- Temes 4, 5 i 7: 40 % nota final.
- Assistència a classe i implicació personal: 20% nota final

La suma de les puntuacions dels controls parcials més l'assistència a classe i la implicació personal, constituirà la nota final de l'assignatura, sempre que es superin tots dos controls. Per superar el control s'ha d'obtenir al menys una puntuació de 5. Els controls no faran mitja si no s'ha superat la nota mínima en cadascun d'ells.

En cas de no superar algun control aquest podrà ser repescat sempre i quan s'hagin realitzat tots dos controls i es tingui al menys un 10% de nota d'assistència a classe i implicació personal.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

### **Bàsica**

- Llei General Tributària
- Les lleis reguladores de cada tribut (actualitzades).
- Pàgina web de l'Agència Estatal Tributària <http://www.aeat.es>
- <http://www.minhac.es>

### **Complementària**

- Albi Ibañez, J. *Sistema fiscal español*. Ariel.
- Bejarano, M. Arcila, M. *Régimen fiscal de la empresa*. Tecnos.
- Queralt, M. Serrano, J. *Curso de derecho financiero y tributario*. Tecnos.
- *Memento Tributario*. Editorial Francis Lefebvre.

## Política Econòmica

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Rafael De Madariaga Sánchez

### OBJECTIUS:

---

L'assignatura té per objectiu explicar i analitzar les intervencions del sector públic en el funcionament del sistema econòmic. La complexitat de les relacions entre el sector públic i el sistema econòmic, la diversitat d'intervencions en àmbits diversos i la rellevància que aquestes intervencions tenen per al desenvolupament de les activitats de les empreses obliga a una perspectiva general, teòrica, que permeti apreciar quins són els arguments i les raons d'aquestes intervencions.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Valorar, partint dels registres d'informació pertinents, la situació actual i la previsible evolució de l'Economia.
- Conèixer i entendre els mètodes (anàlisi positiu i normatiu, anàlisi estàtic i dinàmic) i els instruments de l'anàlisi econòmica (tècniques d'anàlisi, llenguatge econòmic, interrelació entre variables,, etc.)
- Desenvolupar la capacitat crítica en l'ús de la informació , fomentant el desenvolupament d'opinions de tot tipus a l'àmbit de la Política Econòmica.
- Desenvolupar la capacitat de raonament lògic i deductiu per a treure conseqüències i conclusions de la informació econòmica disponible.
- Saber interpretar correctament les teories de l'anàlisi econòmica.
- Saber resoldre problemes gràfics i numèrics basats en els models d'economia internacional.
- Saber interpretar les informacions sobre les polítiques de la U. E. i desenvolupar un esperit crític sobre aquestes.
- Conèixer i comprendre les teories del comerç internacional.
- Saber redactar, implantar, analitzar, sintetitzar i avaluar un pla d'exportació.
- Conèixer les polítiques a implantar en economia del treball en una organització.
- Conèixer les polítiques en recursos naturals, regionals, urbans i de desenvolupament que poden afectar i condicionar a una organització i la seva expansió a l'exterior.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

## Específiques

- Conèixer i entendre els mètodes (anàlisi positiva i normativa, anàlisi estàtica i dinàmica) i els instruments de l'anàlisi econòmica (tècniques d'anàlisi, llenguatge econòmic, interrelació entre variables, etc.).
- Reconèixer i qüestionar els estereotips i les cultures diferents i comprendre el seu impacte en el món dels negocis i la comunicació.

## Bàsiques

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

## CONTINGUTS:

---

Economia i política econòmica.

- a. Ciència, ciències socials, accions
- b. Economia positiva, economia normativa
- c. L'especialització a les ciències econòmiques i el paper de la política econòmica
- d. Concepte i àmbit

El sector públic en una economia mixta

- a. El sistema econòmic
- b. La política econòmica i les restriccions internacionals. La globalització
- c. Mercat i errades del mercat
- d. Redistribució
- e. Eficiència i equitat

Objectius i instruments: una tipologia de polítiques econòmiques

- a. Polítiques quantitatives, qualitatives i de reforma
- b. Objectius; definició i instruments d'anàlisi
  - i. Plena ocupació
  - ii. Estabilitat de preus
  - iii. Creixement econòmic
  - iv. Redistribució de la renda
  - v. Qualitat de vida i medi ambient

Política fiscal

- a. Concepte i objectius
- b. Discrecionalitat o regles
- c. Efectivitat de la política fiscal
- d. La política fiscal en la crisi
- e. Sanitat, seguretat social, defensa, assistència social i educació
- f. Política Fiscal i distribució de la renda: desigualtat

Política monetària

- a. Concepte i objectius
- b. La creació de diner, el paper del sistema bancari i del banc central
- c. L'estabilitat de preus i la política monetària
- d. La política monetària de la Unió europea
- e. La competència imperfecta i el paper de l'estat
- f. Competència. Regulació dels mercats
- g. La provisió de béns públics

- h. La privatització i els monopolis
- i. Política de defensa de la competència

## **AVALUACIÓ:**

---

El sistema d'avaluació consta de tres elements:

- 1.El 50% s'obtindrà de dues proves que avaluaran els coneixements de les sessions teòriques desenvolupades per el professor a les classes. Les dates (provisionals) dels controls figuren al pla de treball. Hi haurà una repesca per les parts no superades. La data també es fixarà de manera coordinada.
- 2.Un 40% s'obtindrà de l'elaboració d'un treball de curs que els estudiants desenvoluparan al llarg de tot el quadrimestre i que hauran de presentar a la finalització del mateix. Més avall trobareu la llista de temes. Si voleu proposar temes diferents, cal plantejar-los i consensuar-los amb el professor.
- 3.Un 10% correspondrà a activitats i encàrrecs de lectura, selecció i elaboració de dades i presentació a les classes.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Albalate, D.; Fageda, X.; Fernández, L. *Apunts de política econòmica: Fonaments i polítiques*. Barcelona: Departament de Política Econòmica i Estructura Econòmica Mundial. U.B., 2010.
- Blanchard, O. (2006): *Macroeconomía*. Madrid. Pearson. 4ª ed.
- Blanchard, O.; Amighini, A.; Giavazzi, F. (2012): *Macroeconomía*. Madrid. Pearson. 5ª ed.
- Cuadrado, J.R. *Política Económica*. 4ª ed. Madrid: McGraw-Hill, 2010.
- Stiglitz, J. (2003): *La economía del sector público* 3ª ed. Barcelona: Antoni Bosch, 2003.

## Direcció Estratègica II

Tipologia: Obligatòria (OB)

Crèdits: 4,5

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Ferran Gustau Jaén Coll

### OBJECTIUS:

---

Tractant-se d'una assignatura de darrer curs es pretén que l'alumne adquireixi els coneixements dels temes empresarials que van aparèixer i es van consolidar a inicis dels anys 90, així com l'anàlisi dels temes de relleu als anys 2000 i que influeixen en la estratègia empresarial, alhora que l'alumne aprèn a fer una lectura marcadament crítica dels textos dels autors de referència en aquest camp a l'hora que aprèn a polemitzar sobre temes empresarials i a exposar-los davant d'un públic crític.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Coneix les estratègies i les tècniques a aplicar per poder desenvolupar l'esperit emprenedor i la cultura de la innovació a l'empresa.
- Té capacitat per gestionar i administrar una empresa o organització, tenint en compte la seva ubicació competitiva i institucional, les seves fortaleses i debilitats.
- Desenvolupa la capacitat creativa necessària per adequar les organitzacions al canvi constant en les que hi son.
- Pren coneixement dels darrers canvis mundials en l'entorn de les empreses.
- És capaç d'analitzar noves propostes estratègiques i distingir-les críticament.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.



## Específiques

- Desenvolupar habilitats directives de gestió de persones i ser capaç de dur a terme negociacions per obtenir acords favorables i sostenibles en l'àmbit de la gestió empresarial.
- Dirigir una organització i gestionar algunes de les seves àrees funcionals, entenent la seva ubicació competitiva i institucional, identificant les seves fortaleses i debilitats i alineant els objectius funcionals amb l'estratègia empresarial.
- Redactar projectes de gestió global, projectes d'àrees funcionals de l'organització, plans d'empresa, etc. que reflecteixin la capacitat per identificar i desenvolupar iniciatives empresarials.
- Tenir capacitat de liderar la comunicació entre els diferents components de l'empresa, des de la direcció general passant pels quadres directius i empleats.

## Bàsiques

- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.

## CONTINGUTS:

---

- Visió del sistema econòmic en el qual operen les empreses.
- La governança de l'empresa com a ideologia.
- Incertesa i intel·ligència econòmica.
- La creació de valor per l'accionista i la migració del valor de l'empresa.
- La reenginyeria de processos.
- El *benchmarking*.
- L'*outsourcing*.
- Les empreses aprenents.
- Els enfocaments cognitius.
- Lideratge i estructures organitzatives recents.
- El servei al client

## AVALUACIÓ:

---

L'assignatura s'avalua de manera continuada.

1. La presència, la participació en els debats corresponents a la lectura comuna i la preparació i exposició del llibre individual permeten de superar l'assignatura, segons criteri del professor.
2. Les exposicions individuals seran avaluades per tota la classe al final de cada sessió, de manera anònima i tot demanant el màxim d'objectivitat, no només pel que fa a la impressió causada per l'aparença, sinó també pels continguts.
3. La nota mitjana i la desviació estàndard valdrà de guia per al professor que assignarà la nota final, tot tenint en compte el conjunt de la feina feta i la participació a les reunions i a classe, inclosa la de preparar les preguntes a fer per animar el debat a les exposicions individuals, amb preguntes clares i pertinents.
4. Pel que fa als treballs, per obtenir les notes superiors es tindrà en compte: la claredat que demostra la comprensió, els matisos que destaquen en la elaboració del treball, la qualitat de la exposició, la cura i atenció a l'hora de citar, posar quadres i gràfics i la bibliografia utilitzada.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### Bàsica

- Bendell, T., Boulter, L.; Kelly, J. (1994): *Ventajas competitivas a través del Benchmarking*. Ed. Folio.
- Hamel, G.; Breen, B. (2008): *El futuro del Management*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Hammer, M.; Champy, J. (1994): *Reingeniería de la empresa*, Barcelona: Parramón.
- Henderson, D. (2006): *Virtud errónea: Conceptos equivocados de la Responsabilidad Social Corporativa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Horovitz, J. (2000): *Los siete secretos del servicio al cliente*. Prentice Hall.
- Huerta de Soto, J. (2000): *La Escuela Austríaca. Mercado y creatividad empresarial*. Madrid: Síntesis.
- Kotler, PH.; Caslione John A. (2009): *La ciencia del Caos*. Barcelona: Gestión 2000. [+1]
- Ohmae, Kenichi (2005): *El próximo escenario global*. Granica.
- Rosell, Juan, Trigo, Joaquín (2009): *¿Y después de la crisis, qué?: Claves para un nuevo rumbo económico en España*. Bilbao: Deusto. [+2] .
- Roubini, N.; Mihm, S. (2010): *Cómo salimos de ésta*. Imago Mundi, Destino.
- Sapir, Jaques (2009): *El Nuevo siglo XXI: del siglo americano al retorno de las naciones*. Ediciones de Intervención Cultural/El Viejo Topo DL.
- Skidelsky, Robert (2009): *El Regreso de Keynes*. Barcelona: Crítica.
- Taleb, Nassim(2008): *El cisne negro: el impacto de lo altamente improbable*. Ed. Círculo de Lectores.
- Tichy, Noel M.; Bennis, Warren G. (2010): *Criterio: cómo los auténticos líderes toman decisiones excelentes*. Barcelona: Paidós Ibérica (Codi biblioteca UVic: 316.46 T

### Complementària

- Davis, S.; Meyer, Ch. (1999): *La velocidad de los cambios en la economía interconectada. Blur*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Gandlgruber, Bruno (2010): *Instituciones, coordinación y empresas: análisis económico más allá de mercado y estado*. Barcelona: Anthropos.
- Gates, Bill (1999): *Los negocios en la era digital*. Plaza & Janés Editores. Barcelona.
- Gibson, Rowan (1997): *Repenser le Futur*. Éditions Village Mondial, París. [versió castellana Ed. 2000]
- Grouard, B.; Meston, F. (1994): *Reingeniería del cambio*, Marcombo.
- Pesqueux, Yvon (2000): *Le gouvernement de l'entreprise comme idéologie*. Ellipses Éditions Marketing, París.
- Rappaport, A. (1998): *La creación de valor para el accionista: una guía para inversores y directivos*. Bilbao: Deusto.  
[+1] Touraine, A. (2011): *Después de la crisis. Por un futuro sin marginación*. Barcelona: Paidós Ibérica.  
[+2] Centeno, R. (2011): *El disparate nacional*. Barcelona: Planeta.

## Treball de Fi de Grau

Tipologia: Treball de Fi de Grau (TFG)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT RESPONSABLE

- Eulàlia Massana Molera

### OBJECTIUS:

---

El Treball de Fi de Grau compendia la formació adquirida en el decurs dels ensenyaments del Grau. Ha de permetre a l'estudiant mostrar el nivell d'adquisició de les competències de la titulació i dels principis que fonamentaran la seva futura tasca professional.

El TFG del Grau en Administració i Direcció d'Empreses es pot incloure en un d'aquests dos àmbits:

- Professionalitzador: Disseny i/o implementació d'un projecte en un àmbit professional.
- Acadèmic: Projectes d'investigació que inclouran la revisió de la literatura, construcció del marc teòric, hipòtesi, part empírica (si escau), discussió, resultats i conclusions.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Desenvolupar les competències en un projecte integrador.
- Integrar els coneixements teòrics amb les realitats en les que es poden projectar.
- Aplicar les tècniques pròpies de l'anàlisi econòmica i empírica.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.
- Habilitat per treballar en un context internacional.
- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

## **CONTINGUTS:**

---

Els continguts estaran en funció del plantejament del treball realitzat.

## **AVALUACIÓ:**

---

- L'avaluació del TFG és individual, és a dir, cada estudiant tindrà una nota.
- S'avaluaran tant la presentació del treball formal com la defensa pública davant de tribunal.
- El tribunal serà format per dos professors i/o professionals reconeguts del sector, un dels quals serà el tutor del treball.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

Es facilitarà en funció de les característiques del treball.

## Pràctiques Externes

Tipologia: Pràctiques Externes (PE)

Crèdits: 12,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT RESPONSABLE

- Eulàlia Massana Molera
- José Antonio Corral Marfil

### OBJECTIUS:

---

- Les pràctiques en empreses constitueixen una assignatura crucial per donar caràcter pràctic als nostres ensenyaments i, en aquest sentit, cal oferir una ampla borsa d'empreses de pràctiques i qualitativament interessant.
- La universitat ha d'acostar-se cada dia més al món professional i de l'empresa i les pràctiques són una eina clau per adquirir les competències i les habilitats que es requereixen en l'exercici professional.
- S'estableixen convenis amb totes aquestes empreses per garantir que les pràctiques es facin en les millors condicions per a la feina i l'aprenentatge dels estudiants.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- El pràcticum o pràctiques a l'empresa es una assignatura obligatòria en els estudis de grau.
- Les pràctiques tenen com a objectiu posar en contacte l'estudiant amb el món professional i de l'empresa i, en la mesura del possible, facilitar-li la inserció professional.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.
- Tenir capacitat crítica i autocrítica.
- Tenir habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Tenir habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.

## CONTINGUTS:

---

- Les pràctiques es fan en empreses periodístiques, audiovisuals o de publicitat, així com en gabinets de comunicació i relacions públiques pel que fa als estudis de comunicació i en tota mena d'empreses pel que fa al Grau d'Administració i Direcció d'Empreses. La Facultat d'Empresa i Comunicació procura garantir una oferta amplia, suficient i de qualitat d'empreses que vulguin acollir els nostres estudiants en pràctiques.
- Les pràctiques curriculars tenen lloc de forma preferent a partir del moment en que l'estudiant assoleix el 50% dels crèdits de la seva titulació (normalment a partir de 3r o 4t curs). També es poden fer, excepcionalment, durant l'estiu.

## AVALUACIÓ:

---

- Cada alumne de pràctiques té un tutor assignat entre el professorat de la Facultat d'Empresa i Comunicació que en fa el seguiment i l'avaluació pel que fa als aspectes més acadèmics de la pràctica; i també un tutor assignat per part de l'empresa on fa les pràctiques que en fa el seguiment i l'avaluació des del punt de vista empresarial.
- El tutor nomenat per la Facultat d'Empresa i Comunicació ha de fer en general un seguiment periòdic de l'activitat posant-se en contacte amb el tutor designat per l'empresa. Es recomana que s'hi posi en contacte un mínim de dues vegades (una durant el desenvolupament de la pràctica i l'altra quan acabi) sempre i quan les circumstàncies ho permetin (i llevat que les pràctiques es facin a l'estiu o hi hagi alguna causa justificada que ho impedeixi).
- Cal també que el tutor nomenat per la Facultat d'Empresa i Comunicació mantingui un contacte directe amb l'estudiant per tal de fer el seguiment, la resolució d'incidències i la tutorització de l'elaboració de la memòria i la seva l'avaluació. Em concret i de forma obligatòria ha de contactar tres vegades amb l'estudiant assignat (la primera vegada a l'inici, la segona durant el desenvolupament de la pràctica i l'altra quan finalitzi) i en general ha d'estar en contacte amb ell via correu electrònic per donar solució a les qüestions que puntualment plantegi.
- Al final de la pràctica el professor tutor n'ha de fer l'avaluació corresponent i especialment de la memòria de pràctiques que l'alumne està obligat a fer i lliurar al final de la pràctica. També el tutor de l'empresa ha de fer l'avaluació de la pràctica pel que fa als aspectes més empresarials. Un i altre han d'emplenar el corresponent informe segons l'imprès-model que facilita el Departament de Pràctiques de la Facultat d'Empresa i Comunicació.
- El Departament de Pràctiques es el receptor dels documents a lliurar tant pels estudiants en pràctiques (especialment la memòria) i dels informes dels tutors per fer l'avaluació final d'acord amb aquests informes.
- El tutor de l'empresa ha d'avaluar entre 0 i 10 l'actitud personal i professional de l'estudiant en pràctiques (puntualitat, compliment dels horaris, implicació, aptitud per treballar en equip, disponibilitat, responsabilitat i integració a l'empresa, assoliment de les tasques encomanades, etc, i la qualitat del treball en general portat a terme per l'estudiant en pràctiques. La mitjana d'aquesta avaluació té el valor del 40% de la nota final.
- El professor tutor, d'acord amb el seguiment continuat de les pràctiques i amb la lectura i estudi de la memòria feta per l'estudiant, ha d'avaluar (també entre 0 i 10) l'actitud de l'estudiant i la feina que ha fet. La mitjana d'aquesta avaluació té el valor del 60% de la nota final.
- Per tant, la qualificació final de l'assignatura de pràctiques es calcula a partir de l'informe del tutor de l'empresa (40%) i el tutor de la Universitat de Vic (60%). I aquest últim podrà considerar suspesa la pràctica encara que per al tutor de l'empresa sigui favorable.
- La qualificació o nota final resultant d'aquestes avaluacions la dona el tutor designat per la Facultat d'Empresa i Comunicació i la lliura al Departament de Pràctiques per tal d'incloure-la a l'acta corresponent.
- Qualsevol incidència que pugui sorgir es resoldrà segons el previst en el protocol de pràctiques. En qualsevol altre cas serà analitzada i resolta per el Consell de Direcció de la Facultat d'Empresa i Comunicació.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

La bibliografia es donarà progressivament durant el curs.

## **ASSIGNATURES OPTATIVES**



## Anàlisi d'Estats Comptables

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Carme Viladecans Riera

### OBJECTIUS:

---

L'anàlisi d'estats comptables té com a finalitat conèixer la situació financera i econòmica de l'empresa per tal de poder determinar de la forma més precisa possible el seu estat de salut. Es pretén aplicar als comptes anuals d'empreses reals les tècniques i els instruments propis d'aquesta àrea per poder obtenir una informació que sigui útil per a la presa de decisions econòmiques. L'assoliment d'aquest objectiu requereix un coneixement aprofundit de la normativa comptable espanyola vigent, és a dir, de tot el procés comptable de l'empresa, de les normes de registre i valoració i de la confecció dels comptes anuals.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Ha de conèixer a nivell teòric els instruments i les tècniques propis de l'anàlisi d'estats comptables i saber-los aplicar.
- Ha de saber interpretar els resultats obtinguts.
- Ha de ser capaç de redactar un informe sobre la situació financera i econòmica d'una empresa real a partir dels seus comptes anuals.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

#### Específiques

- Conèixer com la comptabilitat s'utilitza com a llenguatge de la realitat econòmica de l'empresa.
- Conèixer els sistemes de suport d'informació a la direcció i les funcions dels mateixos.

## CONTINGUTS:

---

### Tema 1. Anàlisi d'estats comptables

- 1.1. Concepte d'anàlisi d'estats comptables
- 1.2. Demanda d'anàlisi d'estats comptables
- 1.3. Oferta d'informació de les empreses
- 1.4. Requisits de la informació comptable obligatòria
- 1.5. Metodologia per a l'anàlisi d'estats comptables
- 1.6. Instruments per a l'anàlisi d'estats comptables

### Tema 2. El Pla General de comptabilitat

- 2.1. El Pla General de comptabilitat
- 2.2. Els comptes anuals
  - 2.2.1. El balanç
  - 2.2.2. El compte de pèrdues i guanys
  - 2.2.3. La memòria
  - 2.2.4. L'Estat de canvis en el patrimoni net
  - 2.2.5. L'Estat de fluxos d'efectiu

### Tema 3. Anàlisi de la situació financera a curt termini

- 3.1. Objectius de l'anàlisi financera a curt termini
- 3.2. Fons de Maniobra o Capital Corrent
- 3.3. Ràtios de Solvència
- 3.4. Ràtios de rotació dels components del capital corrent
  - 3.4.1. Ràtio de rotació dels clients (termini de cobrament)
  - 3.4.2. Ràtio de rotació dels proveïdors (termini de pagament)
  - 3.4.3. Ràtio de rotació d'existències
- 3.5. Període mig de maduració de l'empresa

### Tema 4. Anàlisi de la situació financera a llarg termini

- 4.1. Objectius de l'anàlisi financera a llarg termini
- 4.2. Estudi de l'estructura econòmica
- 4.3. Estudi de l'estructura financera
- 4.4. Anàlisi dinàmica de la situació financera a llarg termini

### Tema 5. Anàlisi econòmica o del compte de resultats

- 5.1. Objectius de l'anàlisi econòmica o del compte de resultats
- 5.2. Anàlisi de les variacions dels resultats
- 5.3. Punt mort (o llindar de rendibilitat) i palanquejament operatiu
- 5.4. Estudi de les diferents rendibilitats
  - 5.4.1. Rendibilitat de les fonts de finançament pròpies (rendibilitat financera)
  - 5.4.2. Rendibilitat de la inversió o dels actius (rendibilitat econòmica o rendiment)
- 5.5. Ràtios relacionats amb el compte de resultats

### Tema 6. Anàlisi i estudi de l'Estat de canvis en el patrimoni net i de l'Estat de fluxos d'efectiu

- 6.1. Anàlisi i estudi de l'Estat de canvis en el patrimoni net
- 6.2. Anàlisi i estudi de l'Estat de fluxos d'efectiu

### Tema 7. Informe sobre l'anàlisi d'estats financers

- 7.1. Recomanacions a tenir en compte
- 7.2. Estructura de l'informe sobre anàlisi d'estats comptables

## AVALUACIÓ:

---

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit per l'estudiant. Tenint en compte que aquesta és una assignatura quadrimestral, l'avaluació consta de:

Realització d'un treball. L'alumne ha d'elaborar un informe a partir dels comptes anuals d'una empresa real i fer una presentació a classe del treball acompanyada d'un power point. El treball s'ha de fer individualment (s'han d'analitzar els comptes anuals d'una empresa real corresponent a tres exercicis consecutius) o en grup de dues persones (s'han d'analitzar les dades de dues empreses del mateix sector corresponent a tres exercicis consecutius i realitzar un estudi comparatiu entre elles) val 7 punts de la nota final. La data d'entrega del treball vindrà determinada en el document on s'explica com realitzar el treball.

- Examen en la convocatòria corresponent. Val 3 punts de la nota final. Es podrà recuperar.
- Per poder aprovar l'assignatura i fer la mitjana cal aprovar el treball i l'examen.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Amat, O. *Análisis de Estados Financieros. Fundamentos y aplicaciones*. Barcelona: Gestión 2000.
- Arimany, N.; Viladecans, C. *Estado de Cambios en el Patrimonio Neto y Estado de Flujos de Efectivo. Elaboración e Interpretación. 2010*. Barcelona: Profit Editorial.
- Canibano, L. *Contabilidad. Análisi Contable de la realitat econòmica*. Madrid: Pirámide, 1995.
- Gay, J.M.; Goxens, M.A. *Análisis de Estados Financieros*. Prentice Hall.
- *Informe Anual de l'Empresa Catalana*. Generalitat de Catalunya. Departament d'Economia i Finances. Direcció General de Programació Econòmica.
- Martínez García, F.J. *Análisis de Estados Financieros. Comentarios y ejercicios*. Madrid: Pirámide.
- *Pla general de comptabilitat 2007*.
- *Pla general de comptabilitat de la petita i mitjana empresa 2007*.
- Urias Valiente, J. *Análisis de Estados Financieros*. McGraw Hill.

## Anàlisi d'Inversions

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Francesc X. Vicente Soriano

### OBJECTIUS:

---

- L'objectiu de l'assignatura és proporcionar a l'estudiant criteris per a l'anàlisi d'inversions financeres, així com una explicació actual de les oportunitats d'inversió.
- S'aplicaran les mesures de rendibilitat a productes d'inversió concrets.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Obtenir i interpretar mesures de la rendibilitat de les inversions i dels seus riscos.
- Saber determinar la viabilitat econòmica d'una inversió a partir de criteris de selecció d'inversions i les seves possibilitats adequades de finançament.
- Conèixer i comprendre els derivats financers.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitats d'investigació.

#### Específiques

- Saber determinar la viabilitat econòmica d'una inversió a partir de criteris de selecció d'inversions, tenint capacitat per interpretar els diferents models teòrics de valoració d'empreses.
- Tenir la capacitat d'aplicar els conceptes matemàtics en diverses àrees de l'administració i direcció d'empreses.

## **CONTINGUTS:**

---

Part I. La inversió en productes de previsió: plans de jubilació, plans de pensions, PIAS, rendes,....

Part II. Inversió en productes de renda variable. Perspectiva actual.

Part II. Inversió en nous productes financers.

## **AVALUACIÓ:**

---

- El sistema d'avaluació consistirà en la quantificació de tres pràctiques, cadascuna amb valor del 30 %, relatives a les tres parts de l'assignatura. El 10 % restant s'obtindrà de la participació a les classes.
- L'assistència és obligatòria com a mínim en el 80 % de sessions.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

Es proporcionarà a mesura que es desenvolupi l'assignatura.

## Auditoria

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Núria Arimany Serrat

### OBJECTIUS:

---

L'objectiu de l'assignatura és conèixer, a nivell teòric i pràctic, la disciplina auditora mitjançant les tècniques bàsiques que cal utilitzar en les diferents àrees d'auditoria per assolir els objectius, control intern i procediments d'auditoria propis de cada àrea en el desenvolupament de la tasca auditora.

Es tracta de poder elaborar i interpretar l'informe d'auditoria per tal de veure si els comptes anuals que presenta l'empresa reflecteixen la imatge fidel del patrimoni de la situació financera i dels resultats.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Comprendre la naturalesa d'una empresa i el seu entorn econòmic, comptable i jurídic.
- Comprendre i saber aplicar la comptabilitat (financera, analítica i de gestió) com a font d'informació per a la gestió d'empreses.
- Conèixer els fonaments de l'auditoria.
- Saber analitzar, interpretar i sintetitzar la informació obtinguda amb la comptabilitat com a font d'informació per a la gestió de l'organització.
- Analitzar i avaluar la informació obtinguda de la comptabilitat financera, de costos i de gestió per facilitar el procés de la presa de decisions de la direcció.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.
- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

## **Específiques**

- Conèixer com la comptabilitat s'utilitza com a llenguatge de la realitat econòmica de l'empresa.
- Conèixer els sistemes de suport d'informació a la direcció i les funcions dels mateixos.

## **CONTINGUTS:**

---

### *Tema 1: Introducció a l'auditoria*

- 1.1. Concepte, naturalesa i objectius de l'auditoria.
- 1.2. Origen històric de l'auditoria.
- 1.3. Auditoria externa i auditoria interna.
- 1.4. Altres tipus d'auditoria.

### *Tema 2: Marc legal de l'auditoria*

- 2.1. Llei d'auditoria de comptes.
- 2.2. Reglament de la llei d'auditoria de comptes.
- 2.3. Normes tècniques d'auditoria/Normes Internacionals d'Auditoria.
- 2.4. Normes especials.

### *Tema 3: Tècniques bàsiques d'auditoria*

- 3.1. Observacions físiques.
- 3.2. Confirmació directa.
- 3.3. Revisió analítica.
- 3.4. Revisió de comptes
- 3.5. Control Intern.

### *Tema 4: Desenvolupament d'una auditoria*

- 4.1. Planificació de l'auditoria.
- 4.2. Organització i programa d'auditoria.
- 4.3. Evidència en auditoria.
- 4.4. Papers de treball.
- 4.5 Divisió del treball per àrees d'auditoria.

### *Tema 5: Àrees d'auditoria*

- 5.1. Àrees objecte d'estudi
- 5.2. Objectius de cada àrea.
- 5.3. Control intern de cada àrea.
- 5.4. Procediments de cada àrea.

### *Tema 6: L'informe d'auditoria*

- 6.1. Concepte i elements bàsics de l'informe d'auditoria.
- 6.2. Opinió de l'auditor.
- 6.3. Circumstàncies amb possible efecte en l'opinió de l'auditor.
- 6.4. Fets posteriors.
- 6.5. Publicació i models d'informes d'auditoria.

## AVALUACIÓ:

---

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit per l'alumne. Concretament l'avaluació consta de:

- Un treball d'Auditoria que representa un 30% de la nota.
- Un control d'Auditoria que representa un 10% de la nota.
- Un examen teòric que representa un 20% de la nota i que cal aprovar.
- Un examen pràctic que representa el 40% de la nota i que cal aprovar.

L'examen teòric i l'examen pràctic que s'han d'aprovar tenen repesca.

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Amat, O. *Análisis de Estados Financieros*. Barcelona: Gestión 2000. Última edició.
- Casals, R.; Gassó, J.M.; Soria, C. *Fundamentos de auditoria*. ICJC.
- Goxens, M.A.; Gay, J.M.; *Análisis de estados contables. Diagnóstico económico-financiero*. Prentice Hall.
- Llei 12/2010 de 30 de juny per la qual es modifica la Llei 19/1988 de 12 de juliol d'Auditoria de comptes, la Llei 24/1988 de 28 de juliol, dels mercats de valors i el text refós de la Llei de societats anònimes per a la seva adaptació a la normativa comunitària.
- Madariaga, J.M.; Kirkby, D. *La auditoria en la práctica*. Bilbao: Deusto, 1998.
- Madariaga, J.M.; *La auditoria de cuentas en la empresa española*. Bilbao: Deusto, 1998.
- Omeñaca García, J. *Contabilidad General*. Bilbao: Deusto, última edició.
- Omeñaca García, J. *Supuestos prácticos de Contabilidad Financiera y de Sociedades*. Bilbao: Deusto, última edició.
- Reial Decret Legislatiu 1/2010, de 2 de juliol, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de societats de capital.
- Reial Decret 1514/2007 de 16 de novembre pel qual s'aprova el Pla General de Comptabilitat
- Sierra, G.; Orta, M. *Teoría de l'auditoria financiera*. McGraw-Hill, 1996.
- Álvarez López, J. *Introducción a la Contabilidad*. Editorial Donostiarra, última edició.
- Domínguez Pérez, J.L.; Gay Saludas, J.M.; Losilla Ramírez, M.; Melús Fernández, J.J.; Osés García, J. *Contabilidad Financiera, aplicación práctica de las normas de valoración*. Editorial McGraw-Hill, última edició.
- Requena Rodríguez, J.M. *El resultado de la empresa*. Barcelona: Ariel, última edició.
- Rivero, J. *Supuestos de Contabilidad Financiera*. Editorial Trivium, última edició.
- Rivero Torre, P. *Análisis de Balances y Estados complementarios*. Madrid: Pirámide, última edició.
- Sáez Torrecilla, *Casos prácticos de Contabilidad General*. Editorial McGraw-Hill, última edició.
- Sáez Torrecilla, *Contabilidad General*. Editorial McGraw-Hill, última edició.
- Vela Pastor, M.; Montesinos Julve, V.; Serra Salvador, V. *Manual de Contabilidad*. Barcelona: Ariel, última edició.
- Wanden-Berghe, J.L. *Manual de Contabilidad General*. Madrid: Pirámide, última edició.



## Brand Building

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- Daniel Batlle Garcia

### OBJECTIUS:

---

Brand Building course focuses on challenges and opportunities of marketing new and existing products and services to the global marketplace. It builds on the knowledge acquired in previous Marketing and Advertising courses and applies key marketing and branding concepts in the international business context. It introduces students to international-level strategic and operational marketing tools and decision and influence techniques for building brands.

The course accomplishes its objectives through lectures, analyses and discussions of real business cases of actual global marketing issues, and through the establishment of a Brand's marketing and advertising strategy. It pays special attention to strategies used by international Brands. Specifically, the course analyzes the impact of cultural, economic, technological, political, and legal differences on the branding and marketing process.

On successful completion of this course students should be able to:

- Understand the nature of marketing strategy and its linkages to brand strategy vis-à-vis local and international companies
- Develop analytical frameworks in the screening of national markets defining the key factors in the firm's internationalization process by evaluating the international business environment, stressing particularly the economic and cultural dimensions
- Discuss the complexities and paradoxes that are prevalent in so many successful and failing international brands
- Explore the tensions in adopting a global standardized Brand as opposed to a locally responsive brand in international marketing and relate these to the overall corporate strategy of companies
- Consider ethical and social responsibility issues, in the development and implementation of the marketing strategy

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

? Understand the nature of marketing strategy and its linkages to brand strategy vis-à-vis local and international companies

? Develop analytical frameworks in the screening of national markets defining the key factors in the firm's internationalization process by evaluating the international business environment, stressing particularly the economic and cultural dimensions

- ? Discuss the complexities and paradoxes that are prevalent in so many successful and failing international brands
- ? Explore the tensions in adopting a global standardized Brand as opposed to a locally responsive brand in international marketing and relate these to the overall corporate strategy of companies
- ? Consider ethical and social responsibility issues, in the development and implementation of the marketing strategy

## COMPETÈNCIES

---

### Específiques

- Tenir capacitat de liderar la comunicació entre els diferents components de l'empresa, des de la direcció general passant pels quadres directius i empleats.

## CONTINGUTS:

---

Topic 1: The Global Marketing Imperative

Topic 2: Marketing Macro-environment: Socio-cultural and economic Marketing Macro-environment: Political and legal

Topic 3: International Marketing Micro-environment: Competition. Suppliers. Customers

Topic 4: Segmentation, targeting and positioning. Strategic Planning

Topic 5: Product Management, Parfitt and Collins Model and Branding

Topic 6: Marketing Research and Brand Value Discovery. The Total Brand Experience

Topic 7: Pricing, Brand Value and Affordability.

Topic 8: Sales Management: The Brand Ambassadors and the Competitive War.

Topic 9: Brand Building and Advertising Process: Strategic Partners for Brand Building

Topic 10: Promotional and Communication Strategies (1)

Topic 11: Promotional and Communication Strategies (2)

Topic 12: Brands Value Assessment, Share of Market and P&L

## AVALUACIÓ:

---

### Regular term evaluation

The final grade will be determined by the weighted average of various continuous evaluation activities and a final exam.

### Class participation

- Time period: Throughout the course
- Type of assessment: Comp
- Type of activity: Conceptual and synthesis
- Grouping: Individual
- Weight (%):10%

### Case discussions and case presentations

- Time period: Throughout the course
- Type of assessment: Comp
- Assessment agent: Teacher
- Type of activity: Application and synthesis
- Grouping: Individual, Group

- Weight (%): 10%

### **Group Marketing Plan partial submittals**

- Time period: Every two weeks
- Type of assessment: Comp
- Assessment agent: Teacher, Self-evaluation, Co-evaluation
- Type of activity: Application and synthesis
- Grouping: Group
- Weight (%): 30%

### **Group Marketing Plan final submittal and oral presentation**

- Time period: May 19th
- Type of assessment: Comp
- Assessment agent: Teacher
- Type of activity: Application and synthesis
- Grouping: Group
- Weight (%): 20%

### **Final Exam**

(A minimum score of 4 is required)

- Time period: Exam week
- Type of assessment: Comp
- Assessment agent: Teacher
- Type of activity: Conceptual and synthesis
- Grouping: Individual
- Weight (%): 30%

Taking the final exam and obtaining a minimum score of 4 are necessary conditions in order to pass the course.

If the student does not obtain a minimum of 4 in the exam, the final grade will be the minimum between 4 and the average of the exam and the continuous evaluation elements.

### **Important. Further specifications on grading and assignment rules:**

Participation in this course is graded as a bonus. Participation grade can increase your final grade for no more than 1.0. Your participation mark will be based on your class contribution. Some of the behaviors that contribute to effective class participation are captured in the questions that follow:

- Is the participant a good listener?
- Are the points that are made relevant to the discussion? Are they linked to the comments of others?
- Do the comments add to our understanding of the situation?
- Do the comments show evidence of analysis of the case?
- Does the participant distinguish among different kinds of data (that is, facts, opinions, beliefs, concepts, etc.)?
- Is there a willingness to share?
- Is there a willingness to test new ideas, or are all comments "safe"? (For example, repetition of case facts without analysis and conclusions or a comment already made by a colleague.)
- Is the participant willing to interact with other class members?
- Do comments clarify and highlight the important aspects of earlier comments and lead to a clearer statement of the concepts being covered?

The questions above deal with both the process of class participation and (of equal or greater concern) the content of what you say. Please trust that both quality and frequency are important, but that quantity never can make up for low quality.

Please do not confuse participation with assistance. Having a perfect assistance record still may result in zero participation mark if you do not actively participate in the class discussions. However, if you do not assist to classes, then neither you can participate. Thus, if your assistance falls below 80% of all classes (6 or more absences), your participation will be set to zero irrespective of your contribution during the classes you were present at.

At the beginning of the term, you will self-form groups of 5 students that will develop a Company's Marketing Plan.

Although each group will get one mark, individual marks will be adjusted (upward or downwards) based on the 360° evaluation that you will have to complete during the final exam.

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

### **Basic bibliography**

- Philip Kotler & K.C. Keller (2012). *Marketing Management*. 12th Edition. Prentice Hall.
- Jean Noel Kapferer(2012). *The new Strategic Brand Management*. Fifth Edition. Kogan Page.
- Scott M. Davis (2002). *Brand Asset Management: Driving Porfitable Growth through your Brands*. Jossey-Bass.
- Czinkota, M. R. and Ronkainen, I. A. (2009). *International Marketing*. 9th Edition. South-Western College Pub.

### **Teaching resources**

- Power point slides slides for each session which will be uploaded in (Moodle platform)
- Articles related to subject
- Business case studies

Students are required to read all assigned cases and articles. Nevertheless, you will not need to buy or borrow any of these books to successfully complete the course.

## Comerç Internacional

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- Enric Casulleras Ambrós

### OBJECTIUS:

---

The aim of the international trade course is to familiarise students with the theory, mechanisms and practices of international trade. Students will analyse theoretical concepts and then see how these play out through the study of real-world cases, examining the complex interplay of factors and the results of these. Students will study cases which examine experiments in trade regimes ?principally in Europe and Latin America? and look at the relative advantages and disadvantages of these. Students will not only look at the purely economic aspects of international trade but also examine issues related to global equality, development, conflict, hegemony and the provision of global public goods.

In a globalising economy, an understanding of international trade is vital, and the course aims to give students the tools required to fully understand international trade in all its aspects.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

L'estudiant ha de ser capaç de

- Comprendre les principals teories del comerç internacional
- Valorar l'impacte de les polítiques comercials
- Entendre i tenir criteri propi sobre l'impacte del comerç internacional sobre el creixement i les desigualtats
- Conèixer el funcionament i els mecanismes del mercat de divists
- Conèixer el paper de les institucions econòmiques internacionals en l'economia global

### COMPETÈNCIES

---

#### Específiques

- Dirigir una organització i gestionar algunes de les seves àrees funcionals, entenent la seva ubicació competitiva i institucional, identificant les seves fortaleses i debilitats i alineant els objectius funcionals amb l'estratègia empresarial.
- Dirigir una organització i gestionar algunes de les seves àrees funcionals, entenent la seva ubicació competitiva i institucional, identificant les seves fortaleses i debilitats i alineant els objectius funcionals amb l'estratègia empresarial.
- Reconèixer i qüestionar els estereotips i les cultures diferents i comprendre el seu impacte en el món

dels negocis i la comunicació.

## **CONTINGUTS:**

---

- The gains from trade
- World Trade: An overview
- Theory of Comparative Advantage
- Gains from trade with specific factors models
- Heckscher & Ohlin model
- Trade and income distribution
- Economies of scale
- Monopolistic competition
- Instruments of trade policy
- Balance of payments
- Exchange Rates
- European Union
- GATT and WTO
- Theory of optimum currency areas
- Geopolitics and Geoeconomics

## **AVALUACIÓ:**

---

Assessment will be based on two essays and an oral presentation by the student

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Krugman, P. & Obstfeld, M. (2003), *International Economics: Theory and Policy*.
- Rodrik, D. (2012), *The Globalization Paradox*.

## Comptabilitat Directiva

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Anna M. Pérez Quintana

### OBJECTIUS:

---

L'objectiu de l'assignatura és aprofundir en les principals eines de control de gestió per tal que es pugui obtenir informació rellevant per a la presa de decisions. La pràctica es farà utilitzant el full de càlcul Excel.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Examinar la comptabilitat financera, la comptabilitat analítica i la comptabilitat de gestió com a font d'informació per a la gestió de les empreses.
- Saber utilitzar les tècniques i les eines més adequades per poder analitzar els resultats comptables obtinguts per a l'anàlisi i la presa de decisions tant a curt com a llarg termini.
- Conèixer l'obtenció de dades estàndards i l'anàlisi del control pressupostari.
- Saber treballar amb un full de càlcul Excel i l'ús de taules dinàmiques aplicades a la gestió empresarial.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.

#### Específiques

- Conèixer com la comptabilitat s'utilitza com a llenguatge de la realitat econòmica de l'empresa.
- Conèixer els sistemes de suport d'informació a la direcció i les funcions dels mateixos.

### CONTINGUTS:

---

1. Introducció
2. Valoració de l'activitat
3. Confeccionar i controlar pressupostos

## AVALUACIÓ:

---

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit per l'alumne. Concretament l'avaluació consta de:

- Lliurament de casos pràctics (50%)
- Examen final (50%). És imprescindible aprovar-lo per poder superar l'assignatura.

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Amat, J.M. *Control presupuestario*. Barcelona: Gestión 2000, 1992.
- Amat, O. *La Contabilidad de gestión actual: nuevos desarrollos*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 1994.
- Amat, O. Soldevila, P. *Contabilidad y gestión de costes*. Ediciones Gestión 2000. 2011.
- Muñiz, L. *Dominar las tablas dinámicas en Excel 2007-2010 aplicadas a la gestión empresarial*. Ed. Profit, 2011.
- Muñiz, L. *Confeccionar y controlar presupuestos y previsiones de tesorería con Excel: aplicación en tablas dinámicas*. Ed. Profit, 2011.
- Muñiz, L. *Planes de negocio y estudios de viabilidad: aplicación en Excel para su realización y seguimiento*. 2010.
- Muñiz, L. *Excel 2007: iniciación a las tablas dinámicas: aprenda a gestionar la información para el análisis y la toma de decisiones*, 2008.
- Muñiz, L. *Control presupuestario*, 2009.
- Paxau, E.; Pérez, A. *Costos empresariales i control de gestió. Casos pràctics*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Rocafort, A.; Ferrer, V. *Contabilidad de costes: fundamentos y ejercicios resueltos*. Bresca Profit, 2008.
- Rosanas, J.M. *Informació comptable per a la presa de decisions empresarials: una introducció a la comptabilitat*. Barcelona: Ariel, 1992.



## Creació d'Empreses

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Elisenda Tarrats Pons

### OBJECTIUS:

---

Normalment les idees de nous negocis sorgeixen de l'observació de la realitat i de detectar necessitats que no estan ben satisfetes per l'oferta actual. L'emprenedor identifica aquestes oportunitats i busca convertir-les en una realitat empresarial, però s'ha de saber fins a quin punt aquella idea pot ser viable i com posar-la en marxa. Cal anàlisi, reflexió i avaluació del projecte.

El Pla d'Empresa explica la idea de servei/producte i els trets essencials del negoci, tot això de forma estructurada, engrescadora i generant confiança. El Pla d'empresa és una guia d'acció per a crear i gestionar l'empresa, i una carta de presentació de l'empresa a tercers (inversors, socis, proveïdors, etc.).

#### **Objectius:**

L'objectiu de l'assignatura és transmetre els coneixements relatius a la creació d'empresa, l'elaboració del pla d'empresa i desenvolupar en els alumnes les habilitats corresponents als tres àmbits que formen el triangle bàsic per crear una empresa: potencial empenedor, formulació d'idea empresarial i anàlisi de viabilitat.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

Al finalitzar el curs l'alumne haurà assolit coneixements i pràctica en l'elaboració d'un pla d'empresa i en el procés de creació d'empresa. Concretament, haurà après a:

- Identificar oportunitats de negoci, i seleccionar una idea de negoci innovadora.
- Valorar la importància de la innovació i la creativitat en el món empresarial.
- Analitzar la viabilitat de la idea de negoci seleccionada, des de el punt de vista comercial, econòmic i financer.
- Utilitzar plantilles, eines i aplicacions informàtiques per a l'elaboració d'un pla d'empresa.
- Conèixer els tràmits a seguir per a la creació i posada en marxa d'una empresa.
- Estructurar i redactar un pla d'empresa (*business plan*).
- Valorar l'emprenedoria como una alternativa al treball per compte aliè.
- Desenvolupar una actitud favorable a la figura de l'empresari/a, així com la importància del seu paper en la societat.

## COMPETÈNCIES

---

### Generals

- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

### Específiques

- Redactar projectes de gestió global, projectes d'àrees funcionals de l'organització, plans d'empresa, etc. que reflecteixin la capacitat per identificar i desenvolupar iniciatives empresarials.

## CONTINGUTS:

---

### 1. De la idea al pla d'empresa

- 1.1. L'emprenedor. Creativitat i característiques personals.
- 1.2. Detectar oportunitats de negoci. Quina necessitat?, per a qui?, com cobrir-la?
- 1.3. Generació i avaluació de la idea. Les respostes
- 1.4. Utilitat del pla d'empresa. Guió del pla d'empresa.

### 2. Entendre el mercat i estudiar el client potencial

- 2.1. El mercat. Variables externes que condicionen les possibilitats d'èxit.
- 2.2. Perfil del consumidor. Consumidors emocionals, individualistes, digitals, etc.
- 2.3. Segmentació i posicionament
- 2.4. Com arribar als clients. Estratègies de màrqueting per a la nova empresa.

### 3. Dissenyant el funcionament de l'empresa

- 3.1. El pla d'operacions. Processos logístics i serveis.
- 3.2. Identificació del recursos materials necessaris.
- 3.3. Els recursos humans. Identificació de les habilitats i capacitats.
- 3.4. Forma jurídica de la nova empresa.

### 4. Anàlisi de viabilitat. El pla economicofinancer.

- 4.1. Pla d'inversions i necessitats de finançaments.
- 4.2. Estats financers previsionals:
  - 4.2.1. Compte de resultats provisional.
  - 4.2.2. Pressupost de tresoreria.
  - 4.2.3. Balanç de situació provisional

### 5. Redacció i exposició del Pla d'empresa

## AVALUACIÓ:

---

La nota de l'assignatura es forma:

- seguiment i elaboració del Pla d'empresa (75% de la nota)
- exposició del Pla d'empresa (25% de la nota)

La nota es determinarà i comunicarà quan s'hagi exposat el Pla d'Empresa i corregit la versió escrita del projecte.

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Amaru Antonio, Cesar. *Administración para emprendedores*. Pearson Education, 2008.
- García González, A.; Bória Reverter, S. *Los nuevos emprendedores. Creación de empresas en el siglo XXI*. Editorial Univ. de Barcelona, 2006.
- García González, A. *Aplicación práctica de creación de empresas en las ciencias sociales*. Editorial Univ. de Barcelona, 2006.
- Miranda Oliván, A.T. *Cómo elaborar un plan de empresa*. Madrid: Thomson 2004 (Colección negocios).
- Ollé, M.; Planellas, M., i altres. *El plan de empresa. Cómo planificar la creación de una empresa*. Editorial Marcombo, 1997.
- Gil, M.A. *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. ESIC Editorial, 1993.
- Maqueda, F.J. *Creación y dirección de empresas*. Barcelona: Ariel Economía, 1994.
- *El pla d'empresa*. [http://www.cidem.com/cidem/cat/suport/pla\\_empresa/index.jsp](http://www.cidem.com/cidem/cat/suport/pla_empresa/index.jsp)
- *Com crear la teva empresa*. <http://www.barcelonanetactiva.com/>
- *Tramitació telemàtica de documentació per a crear una empresa*, <http://www10.gencat.net/gencat/AppJava/cat/sac/serveis.jsp?tema=500320#>

## Cross-Cultural Studies

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- M. àngels Pinyana Garriga

### OBJECTIUS:

---

This course interrelates cross-cultural communication, language and management skills. It consists of talks by lecturers from the University of Vic about business culture and by intercultural trainers, consultants and visiting lecturers from foreign universities about the business culture of a specific country.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- To make students aware of their own culturally-induced behaviour.
- To help students develop understanding of the fact that all people exhibit culturally-conditioned behaviours.
- To develop students awareness of how culture affects people at work.
- To provide students with language and cross-cultural skills in order to develop empathy with cultural differences.
- To prepare students for interaction with people from cultures other than their own.
- To develop critical and intellectual discussion.
- To acquire pragmatic competence in cross-cultural business settings.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals la llengua anglesa.
- Habilitat per treballar en un context internacional.
- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

#### Específiques

- Reconèixer i qüestionar els estereotips i les cultures diferents i comprendre el seu impacte en el món dels negocis i la comunicació.

## CONTINGUTS:

---

### Part 1

Introductory sessions to Business Culture (University of Vic)

- The effects of Culture on Business in the global world
- How the vision of culture has changed across time. Historical perspective.
- The meaning of culture. Business and culture.
- Critical review of concepts and definitions (Hall, Hofstede, Trompenaars, and Richard D. Lewis)
- Nationalism and culture.
- Cultural stereotypes
- Culture and verbal and non-verbal interaction
- Language conventions and culture
- Directness and indirectness in cross-cultural communication
- Face

### Part 2

International business culture. Visiting Lecturers should introduce the business peculiarities of different specific areas or regions and explain the way of doing business through their own culture. The talks should cover the following topics:

- Introduction to the culture of the area (cultural images and symbols: personalities, architectural features, popular images, music...) and a short historical perspective of its business culture.
- Examining values and attitudes: commercial values (advertisements and commercials)
- Attitudes and values at work: hierarchies, status, approach to work, negotiation, etc.
- Employment (jobs which pay an hourly wage, jobs with prestige, facts about working hours, benefits or extras e.g. health insurance, qualifications required, etc.) shopping, housing, dating.
- Meetings and negotiations.
- Verbal and non-verbal communication (greetings, introductions, gestures, space conception, etc.) in the business world.

## AVALUACIÓ:

---

Students are required to pass a test after the introductory sessions, which will account for a 30% of the final mark.

Besides, students will be asked to write a group assignment (two or three students) on one of the topics dealt with during the course. Students will hand out their written assignment at the end of the course and will carry out a ten-minute oral presentation commenting on the main points of the assignment and the main conclusions. This group assignment will account for a 70% of the final mark. Students will be assessed on their critical insight into the matter and their cultural sensitivity.

80% of total attendance to classes and active participation in the course is a compulsory requirement to be assessed.

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Camerer, Rudi (2012). *Intercultural competence in business English*: Cornelsen.
- Manuela Guilherme, Evelyne Glaser and María del Carmen Méndez-García (2010) *The Intercultural dynamics of multicultural working*. Bristol: Multilingual Matters.
- Bowe, Heather (2007). *Communication across cultures : mutual understanding in a global world*. Cambridge: Cambridge University Press 2007.
- Lewis, Richard D. (2005) *When cultures collide: leading across cultures*. Boston : Nicholas Brealey Pub.

- Trompenaars, Alfons (2004) *Marketing : acrosscultures*. Chichester : Capstone.
- Trompenaars, Alfons (2003) *Business across cultures*. Chichester : Capstone, 2003.
- Gibson, Robert (2002) *Intercultural business communication*. Oxford ; New York : Oxford University Press.
- Michael Byram, Adam Nichols and David Stevens (Ed. ) (2001) *Developing intercultural competence in practice*. Clevedon : Multilingual Matters, cop. 2001.
- Lewis, Richard D. (2000) *When cultures collide : managing successfully across cultures*. London : Nicholas Brealey, 2000.
- Trompenaars, Alfons (1997) *Riding the waves of culture : understanding cultural diversity in business*. London : Nicholas Brealey, 1997.
- Roger E. Axtell (1993) *Do's and taboos around the world*. New York : John Wiley & sons, 1993.

## Direcció d'Operacions

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Català

---

### OBJECTIUS:

- Proporcionar a l'alumne el llenguatge bàsic relacionat amb l'entorn d'operacions de l'empresa a partir de definir conceptes i eines bàsiques.
- Desenvolupar habilitats que permetin anàlisis des d'una visió global.
- Desenvolupar habilitats analítiques d'organitzacions complexes per poder-ne modelitzar el comportament.

---

### RESULTATS D'APRENTATGE:

- Entendre l'àrea d'operacions, funcionament y aportació de valor al marc de l'organització.
- Entendre la relació entre estratègia empresarial i estratègia en operacions.
- Conèixer tècniques i eines dins l'àrea d'operacions per poder resoldre problemes i saber on i com utilitzar-les.
- Saber modelitzar situacions organitzatives complexes sota una òptica de planificació d'operacions i control de projectes.
- Conèixer els efectes de la incorporació de la incertesa en l'entorn d'operacions i les eines per poder-la gestionar.
- Saber prendre decisions operatives i estratègiques en un entorn complex i amb un nivell de incertesa important.

---

### COMPETÈNCIES

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals la llengua anglesa.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

## Específiques

- Desenvolupar habilitats directives de gestió de persones i ser capaç de dur a terme negociacions per obtenir acords favorables i sostenibles en l'àmbit de la gestió empresarial.
- Dirigir una organització i gestionar algunes de les seves àrees funcionals, entenent la seva ubicació competitiva i institucional, identificant les seves fortaleses i debilitats i alineant els objectius funcionals amb l'estratègia empresarial.
- Redactar projectes de gestió global, projectes d'àrees funcionals de l'organització, plans d'empresa, etc. que reflecteixin la capacitat per identificar i desenvolupar iniciatives empresarials.

## CONTINGUTS:

---

Tema 1: La direcció d'operacions i/o logística

Tema 2: Sistemes d'informació. El Quadre de Comanament Integral.

Tema 3: La planificació i la previsió de demanda

Tema 4: Compres, proveïments i negociacions

Tema 5: Producció: MRP I / CPR-MRP II / TOC / JIT/ SCHEDULING

Tema 6: Qualitat total

Tema 7: Inventaris i magatzems

Tema 8: Distribució física i transport

## AVALUACIÓ:

---

- El 30% s'obtindrà d'una prova corresponent als temes 1-4
- El 30% s'obtindrà d'una prova corresponent als temes 5-8
- El 20% s'obtindrà d'un treball teòric (comentari de text d'un llibre)
- El 20% s'obtindrà d'un treball pràctic

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Domínguez-Machuca i altres (1999), *Dirección de operaciones y aspectos estratégicos en la producción y en los servicios*, McGraw Hill.
- Domínguez-Machuca i altres (1996), *Dirección de operaciones y aspectos tácticos y operativas en la producción y en los servicios*, McGraw Hill.
- Heizer, J.; Render, B. (2004), *Dirección de la producción: decisiones estratégicas*, Prentice Hall.
- Heizer, J.; Render, B. (2004), *Dirección de la producción: decisiones tácticas*, Prentice Hall.
- Mark M. Davis; Nicholas, J.; Aquilano; Richard Chase (2001), *Fundamentos de dirección de operaciones*, McGraw Hill.
- Krajewski L., Ritzman L.; Malhotra M. (2008), *Administración de operaciones*, Pearson Prentice Hall
- Chase i Aquilano, J. (1994), *Dirección y Administración de la Producción y de las Operaciones*, Addison-Wesley.
- Martín Peña, M.I.; Carrasco Bañuelos, E.; Díaz Garrido, E.; García Muiña, F.E.; Montero Navarro, A. (2003), *Dirección de la Producción: problemas y ejercicios resueltos*, Prentice Hall.
- *Estratègia competitiva a la petita i mitjana empresa: 10 casos reals* (2010), Cambra de Comerç de Barcelona i Universitat de Vic.
- ESADE Business School (2003), *Guies de la gestió de la innovació. Producció i Logística*; CIDEM
- Ana Núñez Carballosa (2014), *Dirección de Operaciones*. Editorial UOC.



## Entrepreneurship

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- Boyd Derek Cohen

### OBJECTIUS:

---

Entrepreneurship is the fundamental mechanism of today's global economy, it is the driver of innovation that constructively impacts in the country's economic growth, in an enterprise's competitiveness and also in the community's quality of life. Creativity and entrepreneurial skills are the basis of this entrepreneurship course that provides practical development and learning for the students, by working on the fundamentals of becoming an entrepreneur and starting a business. The students will learn about the ideation process, in order to generate an innovative business idea, and the business plan as a useful tool to rethink the business, define the business model and assess the business idea.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Comprehend the relevant impact of entrepreneurial activity on economic growth and job creation.
- Learn the essential attributes of an entrepreneur.
- Understand the Entrepreneurship Framework from GEM (Global Entrepreneurship Monitor) to analyse the factors of entrepreneurial activity within a country or region.
- Know the TEA (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity), the main indicator used to assess entrepreneurial activity.
- Recognise entrepreneurship typology, intrapreneurship characteristics and a company's internal creative culture, social entrepreneurship and female entrepreneurship.
- Acquire new concepts and techniques about ideation and creativity to explore new business ideas.
- Know the key elements to design the business model.
- Identify the fundamental of the business plan.
- Elaborate the business plan.
- Learn the fundamental to assess the business plan.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.

- Habilitats d'investigació.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

### **Específiques**

- Desenvolupar habilitats directives de gestió de persones i ser capaç de dur a terme negociacions per obtenir acords favorables i sostenibles en l'àmbit de la gestió empresarial.
- Tenir capacitat de liderar la comunicació entre els diferents components de l'empresa, des de la direcció general passant pels quadres directius i empleats.

### **CONTINGUTS:**

---

Module 1. Entrepreneurship. Concept. GEM framework and TEA. Typology.

Module 2. The entrepreneur. Characteristics. The fundamentals to become an entrepreneur.

Module 3. The entrepreneurial process. Creativity. Opportunity recognition. Improvement of existing products services or processes. Continuous training, questioning and thinking outside of prescribed formulas.

Module 4. The business model. Turning ideas into real business opportunities. The emotional and the rational on the canvas.

Module 5. The Business Plan. Assessing business ideas. Prototyping, budgeting

Module 7. Feasibility analysis.

### **AVALUACIÓ:**

---

The grade consists of:

- Continual evaluation represents 10% of the final mark. It requires active class participation (80% minimal attendance)
- Assignments represent 10% of the final mark. The topic activities are indicated in the class schedule.
- The project (Business Plan): 80%. The project should be formally written including a presentation within the deadline period, which they will then posted on the campus network.

### **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Barringer, Bruce R., Ireland Duane. *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures* (4th Edition). Publication Date: October 27, 2011, ISBN-10: 0132555522. ISBN-13: 978-0132555524.
- Barringer, Bruce R. *Preparing Effective Business Plans: An Entrepreneurial Approach*. Publication Date: January 12, 2008 | ISBN-10: 0132318326 | ISBN-13: 978-0132318327 | Edition: 1
- Casadesus-Masanell, R.; Ricart, J.E. (2009), 'Competing Through Business Models?', article publicat a *Business Model Community*
- Lambing, Peggy A. *Entrepreneurship* (4th Edition). Publication Date: April 20, 2006; ISBN-10: 0132281740, ISBN-13: 978-0132281744.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto. Grupo Planeta.
- [web.mit.edu/evhippel/www/democ1.htm](http://web.mit.edu/evhippel/www/democ1.htm)
- [www.cordis.lu/trendchart](http://www.cordis.lu/trendchart)
- [www.businessmodelcommunity.com/](http://www.businessmodelcommunity.com/)
- [www.businessweek.com/innovate/](http://www.businessweek.com/innovate/)
- [www.proinno-europe.eu/](http://www.proinno-europe.eu/)

## Estratègies i Nous Models de Negoci

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- Petra Alexandra Nylund

### OBJECTIUS:

---

En un context d'alta competitivitat i de constats canvis economicosocials i mediambientals, l'avantatge competitiva de les empreses es troba en l'habilitat d'aplicar el coneixement i l'experiència per evolucionar cap a nous plantejaments que permetin desenvolupar nous processos, productes o serveis. La innovació en models de negoci consisteix a definir les noves bases en què l'empresa crea valor donant respostes a les noves condicions de l'entorn.

L'estudiant es familiaritzarà amb eines i tècniques per analitzar models de negoci i per aplicar estratègies innovadores en el disseny de models de negoci de forma sistemàtica.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

Comprendre la rellevància del binomi entorn-cultura creativa de l'empresa en el disseny de l'estratègia empresarial innovadora. Roles per a la generació-creació de valors empresarials nous.

- Adquirir una noció clara i pràctica de models de negoci. Identificar els elements fonamentals que defineixen el model de negoci d'una empresa.
- Conèixer les característiques dels nous tipus de models de negoci, esquemes de models amb dinàmiques de comportament similars, anàlisi crítica de models obsolets.
- Aprendre conceptes i tècniques del procés d'ideació-exploració de noves idees.
- Aplicar tècniques d'anàlisi, planificació i implantació d'estratègies per a la gestió eficaç i eficient de noves propostes generadores de valor.
- Aprendre a dissenyar nous models de negoci i a avaluar-ne la viabilitat.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

## Específiques

- Dirigir una organització i gestionar algunes de les seves àrees funcionals, entenent la seva ubicació competitiva i institucional, identificant les seves fortaleses i debilitats i alineant els objectius funcionals amb l'estratègia empresarial.
- Redactar projectes de gestió global, projectes d'àrees funcionals de l'organització, plans d'empresa, etc. que reflecteixin la capacitat per identificar i desenvolupar iniciatives empresarials.

## CONTINGUTS:

---

- Tema 1. Estratègia i model de negoci que relacionen l'empresa amb el nou entorn. Necessitat d'un nou enfocament del management. Estratègies d'innovació, elements bàsics del procés d'innovació. Elements bàsics del model de negoci. Fonts de la innovació a l'empresa, innovació incremental i innovació radical. Situació actual de la innovació a les empreses. Empresa oberta. Models de negoci tradicionals, models obsolets.
- Tema 2. Mecanismes per a la generació de nous models de negoci. L'empresa innovadora, disseny de l'estructura organitzativa. Cultura organitzativa i gestió de nou model: activadors, buscadors, creadors, desenvolupadors, executors, facilitadors. Àrees claus: màrqueting, tecnologia, innovació.
- Tema 3. Formulació de nous processos i nous models de negoci. Innovació en els processos productius i en els processos de distribució comercial i logística. Participació dels consumidors (prosumer, crowdsourcing, productes/servis wiki, bloggin, etc). Cooperant entre rivals.
- Tema 4. Esquema d'anàlisi. Recursos. Activitats clau. Socis-col·laboradors. Tipologia de nous models de negoci.
- Tema 5. El procés de disseny de models de negoci. Costos del nou model de negoci.
- Tema 6. Proposta d'un nou model de negoci. Estructura del nou model.

## AVALUACIÓ:

---

El desenvolupament de les sessions inclourà la preparació i discussió de casos així com la preparació i presentació de treballs. En finalitzar el quadrimestre l'alumne haurà d'elaborar una proposta de disseny de nou model de negoci per a una empresa concreta que ha de lliurar en format d'informe i fer una presentació a classe.

El sistema d'avaluació es forma amb els següents elements:

- Avaluació continuada (participació activa, resolució exercicis): 15% de la nota final
- Elaboració i presentació de treballs. Anàlisi de casos de models de negoci, tipologies de models: 50% de la nota final
- Proposta d'un nou model de negoci. Elaboració i presentació: 35%

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Afuah, A. (2004), *Business models. A strategic management approach*, Nova York: McGraw-Hill Irwin,
- Amit, R.; Zoft, C. (2001) "Value Creation in E-Business". *Strategic Management Journal*, 22, pp. 493-52
- Casadesus-Masanell, R. (2004) "Dinámica Competitiva y Modelos de Negocio". *Universia Business Review*. 4t trimestre.
- Chesbrough, Henry W. (2009). *Innovación Abierta*. Barcelona: Plataforma Empresa.
- Cornella, A.; Flores, A.; Amiguet, Epi. (2006 ). *L'alquímia de la innovació*. CIDEM.
- Don Tapscott, Anthony Willians (2007) *Wikinomics. La nueva Economía de las multitudes Inteligentes*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Escorsa, P.; Valls, J. (1996). *Tecnología i innovació a l'empresa. Direcció i gestió*. Barcelona: Edicions

UPC.

- Hamel, G. (2008). *El futuro del management*. Barcelona: Paidós 1a ed.
- Kim, Chan; Mauborgne, Re (2005). *La Estrategia del Océano Azul: Como crear en el Mercado. Espacios No Disputados en los que la competencia sea irrelevante*. Ediciones Granica.
- Moreno, M.; Pérez, A. (2003) *La innovació a les petites empreses catalanes. Les cooperatives de treball*. CIDEM.
- M.W. Johnson; C.M. Christensen; H. Kagermann (2008), "Reinventing your business model", *Harvard Business Review*, desembre, pp. 50-59.
- Ontiveros, E. (2006) *Creatividad, innovación, competitividad*. Cátedra La Caixa ? Economía y Sociedad. Conferencia febrero 2006.
- Salas Fumás, V. (2009) "Modelos de Negocio y Nueva Economía Industrial". *Universia Business Review*. Tercer trimestre 2009, ISSN: 1698-5117
- Shafer, S. M.; Smith, H.; Linder, J.C. (2005) "The Power of Business Models", *Business Horizons*, 48, pp. 199-207.
- Trías de Bes, F.; Kotler, P. (2011) *Innovar para ganar. Modelo A-F*. Empresa Activa.

#### Altres fonts de documentació

- Cornella, Alfons Infonomia.com. Bilbao: Deusto, 2000.
- Casadesus-Masanell, R.; Ricart, J.E. (2009), "Competing Through Business Models?", dins: *Business Model Community*
- Chesbrough Henry, W. (2006). *Open Business Models. How to thrive in the New Innovation Landscape*. Harvard Business School Press.
- Davenport, Thomas H.; Leibold, Marius; Voelpel, Sven C. (2006) *Strategic Management in the Innovation Economy*. ISBN/ISSN: 3-89578-263-7
- Martínez Villaverde, Lorena (2006) *Gestión de cambio e innovación en la empresa: un modelo para la innovación empresarial* ISBN/ISSN: 84-983-90-087
- Morcillo, Patricio. *Cultura e innovación Empresarial. La conexión perfecta*. Thomson, 2007
- Ponti, Franc; Ferras, Xavier (2006) *Pasión por Innovar: De la Idea al Resultado*. Ediciones Granica.
- Salas Fumás, V. (2007) *El Siglo de la Empresa*. Fundación BBVA. Madrid.
- Terré, Eugeni *Guia per gestionar la innovació*. CIDEM, 1999.
- Timothy Brown *Innovation Through Design Thinking*. <http://web.mit.edu/evhippel/www/democ1.htm>
- [www.cordis.lu/trendchart](http://www.cordis.lu/trendchart)
- [www.businessmodelcommunity.com/](http://www.businessmodelcommunity.com/)
- [www.businessweek.com/innovate/](http://www.businessweek.com/innovate/)
- [www.proinno-europe.eu/](http://www.proinno-europe.eu/)

## Gestió de la Innovació

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Català

### PROFESSORAT

- Carme Saez Nieto

### OBJECTIUS:

---

This course is aimed, in a first step, to understand the dynamics of innovation, as a phenomenon of continuous tension between market-pull and technology-push forces. We will provide different approaches to the innovation phenomenon, trying to understand the logics of innovation management inside organizations, the organizational models that foster continuous change, the dynamics of technological change and new business models creation. Specific methodologies will be provided and analyzed such as Open Innovation, Lean Start-Up or Design Thinking.

#### Course objectives:

- Understand the competitive environment and see how it shapes the corporate strategy from an innovation point of view.
- Discuss the evolution of the innovation phenomenon, from tech-push to market-driven approaches.
- Understand the dynamics of technological change.
- Build strategy when nor technology nor markets are developed yet.
- Evaluate the incentive to risk: leadership versus followership strategies.
- Discuss how to deal with disruptive technologies.
- See how new technological opportunities in low-end markets can attack superior products from below and gain market advantage.
- Understand the technology versus business model trade-off.
- Have an approach to the innovator's dilemma: allocating resources to new ventures (corporate entrepreneurship).

Understand the dynamics of high-speed, high-tech industries.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

#### Resultats:

- Understand the competitive environment and see how it shapes the corporate strategy from an innovation point of view.
- Discuss the evolution of the innovation phenomenon, from tech-push to market-driven approaches.
- Understand the dynamics of technological change.
- Build strategy when nor technology nor markets are developed yet.
- Evaluate the incentive to risk: leadership versus followership strategies.
- Discuss how to deal with disruptive technologies.

- See how new technological opportunities in low-end markets can attack superior products from below and gain market advantage.
- Understand the technology versus business model trade-off.
- Have an approach to the innovator's dilemma: allocating resources to new ventures (corporate entrepreneurship).
- Understand the dynamics of high-speed, high-tech industries.

## COMPETÈNCIES

---

### Específiques

- Dirigir una organització i gestionar algunes de les seves àrees funcionals, entenent la seva ubicació competitiva i institucional, identificant les seves fortaleses i debilitats i alineant els objectius funcionals amb l'estratègia empresarial.

## CONTINGUTS:

---

- Strategy and innovation: towards the concept of strategic innovation
- The dynamics of technological change
- Mastering disruptive innovation
- Market-pull innovation
- The firm as an innovation system
- New business models
- The value chain as an innovation system
- Open innovation
- The role of location, national competitiveness and dynamics of innovation ecosystems (Silicon Valley, Israel, Massachusetts, South Korea, etc.)

## AVALUACIÓ:

---

- Class participation (contribution to the knowledge creation process): 20%.
- Quality of the participations and willingness to contribute to collective learning will be valued.
- Individual or group assignments: 30%
- Final written exam: 50%

## BIBLIOGRAFIA:

---

- *Open Innovation: the New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Henry Chesbrough, 2003.
- *Managing Technology and Innovation for Competitive Advantage*, V.K Narayanan, Prentice Hall, 2001.
- *Mastering the Dynamics of Innovation: how companies can seize opportunities in the face of technological change*. James M. Utterback. Harvard Business School Press, 1994.
- *The Innovator's Dilemma*. Clayton M. Christensen. Harper Business, 2003.

## Global Communication Strategies

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- Joan Albert Garcia Moga

### OBJECTIUS:

---

In this course we will explore the world of advertising the way that we will all experience it in the future: global competition and worldwide markets; technological revolutions; and advertising for brands under very different cultural, regulatory, and competitive conditions.

Today's marketers search the globe for potential target audiences and often find persons whose culture, values and beliefs are distinctive, and who will as a result, respond quite differently to advertising appeals.

Two major phenomena are currently impacting consumers worldwide.

The first is the extraordinary growth in the number of businesses operating internationally.

Today, consumers around the world smoke Marlboro cigarettes and write with Bic pens, watch Sony television sets and drive Toyota autos.

Shoppers can stop in for a McDonald's burger in Paris or Beijing, and German and Japanese citizens alike increasingly make their purchases with the American Express Card.

The growth and expansion of firms operating internationally have led to the rise of the second phenomenon, the growth in international advertising.

The challenge in this rapidly changing global marketplace is the need to find information about competitors, consumers, media audiences, accepted cultural practices, and reactions to advertising in locations not familiar and for which our customary sources of information are inadequate at best.

Issues of ethical and corporate responsibility by multinational advertisers operating in developing and lesser developed nations have raised new concerns about globalization and its varying influences, both positive and negative, on different societies.

Gaining understanding in cultural difference and risk-assessment are increasingly being demanded of 21st century marketing communicators.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

By the end of the semester, the readings, lectures, individual and group assignments that you and your class members prepare should enable you to:

- 1) understand the major concepts of international advertising and their importance of global marketing activities in the world;
- 2) examine the current state of international and cross-cultural advertising in terms of its magnitude and the major advertising agencies involved;
- 3) recognize the potential influence of cultural factors on international and cross-cultural advertising;
- 4) distinguish between the ways that advertising agencies function in developed, developing and lesser developed nations;
- 5) identify the issues facing international and cross-cultural managers with respect to setting objectives and



budgets, conducting research, selecting and purchasing media, creating and executing advertising messages;

6) understand the ethical concerns, regulatory environments, and issues of corporate responsibility raised by the globalization of advertising; and

7) gain familiarity with the various international and cross-cultural secondary research tools available to access potential international and cross-cultural consumer behavior and market environments.;

## COMPETÈNCIES

---

### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals la llengua anglesa.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per actuar d'acord amb un compromís ètic en la feina.
- Habilitat per treballar en un context internacional.
- Habilitats d'investigació.

### Específiques

- Tenir capacitat de liderar la comunicació entre els diferents components de l'empresa, des de la direcció general passant pels quadres directius i empleats.

## CONTINGUTS:

---

### Tentative schedule

Week 1: Introduction to the Course

Week 2: International Advertising: Historical

Week 3: Perspectives and Why Companies Go Global

Week 4: Assessing the Environmental Factors

Week 5: International Marketing Mix

Week 6: Standardization versus adaptation

Week 7: Global adaptation

Week 8: Mid Term Exam

Week 9: Global Public Relations

Week 10: Global Communications Plan(I)

Week 11: Global Communications Plan(II)

Week 12: Global Communication PR Plan

Week 13: Final Exam

## AVALUACIÓ:

---

Various elements will be taken into account when determining your final grade. The instructor will explain in detail the content, criteria and specific requirements for all assessment categories but the basic breakdown is as follows below.

- Class Participation 10%
- Case Study & Analysis 15%
- Individual Presentation 15%
- Group Presentation 20%
- Midterm Examination 20%
- Final Examination 20%

I will explain in detail the content and specific instructions for all assessment categories and will also assign the topics or cases for your individual and group presentations at the beginning of term, taking into account your personal interests, experience and areas of specialization. However, when deciding class participation grades, traditional criteria such as attendance, punctuality, preparation, completed reading before class, interactive group work and active, meaningful participation are all taken into account

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

### **Suggested Supplemental Texts and Information**

During the semester you may wish to read additional information about international advertising.

Listed below are some suggested books that may be useful resources to you during the semester.

- *Advertising and Societies: Global Issues* (2003), by Katherine Toland Frith and Barbara Mueller, Peter Lang Publishing, New York. (ISBN 0-8204-6207-1)
- *Marketing and Consumer Identity in Multicultural America* (2001), by Marye C. Tharp, Sage Publications, Thousand Oaks, CA. (ISBN 0-7619-1103) .
- *Advertising Worldwide: Concepts, Theories and Practice of International, Multinational and Global Advertising* (1994), Second. Edition, by Marieke de Mooij, Prentice Hall, NY.
- *Understanding Global Cultures* (2001), Second Edition, by Martin Gannon, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes* (1998), by Marieke de Mooij, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *International Advertising: Realities and Myths* (2000): edited by John Philip Jones, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- *Global Marketing for the Digital Age* (1999), by Bill Bishop, NTC Business Books, Chicago.
- *Advertising in Asia: Communication, Culture and Consumption* (1996), edited by Katherine Toland Frith, Iowa State University Press, Ames.
- *Kiss Bow or Shake Hands: How to Do Business in 60 Countries* (1994), by Wayne A. Conaway, Adams Media Corporation.

## Global Marketing

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- M. Antònia Pujol Famadas

### OBJECTIUS:

---

The main aim of the course is to give a general overview of the marketing strategies at an international level. We examine issues that go from a macro-environment analysis to a microenvironment focus, from a managerial perspective. Marketing will be analysed as a tool to help a firm set its strategic direction in international markets.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

On completion of the course students should have a clear understanding of the use of marketing tools in an international environment. Students are expected to develop an international marketing plan that will include the analysis of all the factors that may influence the entrance of a new product or service into a foreign market. The results of the marketing plan will be presented both orally and in a written form.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals la llengua anglesa.
- Habilitat per treballar en un context internacional.

#### Específiques

- Reconèixer i qüestionar els estereotips i les cultures diferents i comprendre el seu impacte en el món dels negocis i la comunicació.

#### Bàsiques

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.

## CONTINGUTS:

---

The course is divided into three main blocks:

1. Environmental analysis (economic, political, legal, cultural, technological)
2. Strategy (competition, segmentation, positioning, market entry modes)
3. Implementation and the 4Ps of marketing (product, price, place, promotion)

## AVALUACIÓ:

---

- Mid term exam: 25%
- Final exam: 30%
- Written marketing plan: 25%
- Oral presentation of the marketing plan: 10%
- Class participation: 10%

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Czinkota, Michael R. & Ronkainen, Ilkka A.: *International Marketing*. Thomson, 2007.
- Keegan, Warren J. & Schlegelmilch, Bodo B.: *Global Marketing Management. A European perspective*. Prentice Hall, 2001.
- Keegan, Warren J.: *Global Marketing Management*. Prentice Hall, 2009.
- Kotler, Philip: *Marketing Management*. Prentice Hall, 2002.

## International Affairs

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- Joan Masnou Suriñach

### OBJECTIUS:

---

The objective of this course is to provide students with an understanding of world events, encouraging analytical thought and examining the causes and consequences of interlinked processes in an international context. In an increasingly globalized world, international events have a greater impact on many areas of society, and the objective is for students to be able to apply some of the knowledge gained on this course in their future working and academic lives.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

Students are expected to develop a full understanding of the dynamics of the international system in both practical and analytical terms, as well as being able to process knowledge and critically analyse world events. Additionally, students will develop communication skills and improve debating skills.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals la llengua anglesa.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per actuar d'acord amb un compromís ètic en la feina.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat per treballar en un context internacional.
- Habilitats d'investigació.

#### Específiques

- Reconèixer i qüestionar els estereotips i les cultures diferents i comprendre el seu impacte en el món dels negocis i la comunicació.

## **CONTINGUTS:**

---

1. Course profile
2. Key concepts in International Relations
3. Theories: Realism, Liberalism, Critical approaches (Marxism, poststructuralism, feminism,...)
4. Mapping conflicts: levels of spatial analysis
5. Major actors in IR: states, intergovernmental organizations, transnational organizations
6. Identity and Culture
7. Power and 21st century world order
8. War and peace
9. Terrorism
10. Global challenges

## **AVALUACIÓ:**

---

- Participation in/ preparation for seminars: 30%
- Presentation 1: 30%
- Written assignments / Presentation 2: 40%

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Blair, Alasdair: International Politics: An Introductory Guide.
- Heywood, Andrew: Global politics.
- Lundestad, Geir: East, West, North, South: Major Developments in International Politics since 1945.
- Smith, Dan. The State of the World Atlas.
- Walt, Stephen: Taming American Power.
- Wilkinson, Paul: International Relations. A Very Short Introduction

## Investigació de Mercats

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- José Antonio Corral Marfil
- Ramon Oller Piqué

### OBJECTIUS:

---

Aquesta assignatura estudia tot el procés d'una investigació de mercats, des del disseny d'una investigació, fonts d'obtenció de dades, elaboració d'una enquesta, fins a l'anàlisi estadístic i interpretació de la informació sobre el mercat.

#### Competències Genèriques:

- Capacitat d'organització i planificació
- Habilitats d'investigació
- Tenir capacitat d'anàlisi i síntesi

#### Competències Específiques:

- Tenir capacitat d'analitzar i interpretar correctament els resultats estadístics com a suport en el procés de presa de decisions.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

L'estudiant ha de ser capaç de resoldre un problema d'investigació de mercats per prendre decisions, recollint, organitzant i analitzant les dades. A més, ha de ser competent en la utilització del programa SPSS i tenir coneixements d'estadística.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Habilitats d'investigació.

#### Específiques

- Tenir capacitat d'analitzar i interpretar correctament els resultats estadístics com a suport en el procés de presa de decisions.

## CONTINGUTS:

---

1. Introducció a la investigació de mercats
2. El procés de la investigació i fonts d'informació
3. Investigació qualitativa. Tècniques
4. Investigació quantitativa. Tècniques
5. Enquesta
6. Escales i tècniques de mesura
7. Mostreig
8. Anàlisi de dades unidimensionals, bidimensionals i multidimensionals
9. Ús del programa estadístic SPSS

## AVALUACIÓ:

---

L'assignatura s'avaluarà en tres parts:

- Un control a la finalització de la part teòrica (40%)
- Lliurament i presentació d'un treball referent a la realització d'una investigació de mercats (50%)
- Lliurament de diversos exercicis o pràctiques al llarg del curs (10%)

La nota final serà la mitjana ponderada d'aquestes tres parts.

En cas de no tenir una mitjana aprovada només es podrà recuperar una de les dues primeres parts.

## BIBLIOGRAFIA:

---

- Hair, J. i altres. *Análisis multivariante*. Prentice Hall, 1999.
- Luque, T. *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Madrid: Pirámide, 2000.
- Miquel, S. i altres. *Investigación de mercados*. McGraw-Hill, 1996.
- Ortega, E. *Manual de investigación comercial*. Madrid: Pirámide, 1992.
- Pedret, R. i altres. *La investigación comercial como soporte del marketing*. Deusto, 2000.
- Santesmases, M. *Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Madrid: Pirámide, 2003.
- Visauta, B. *Análisis estadístico con SPSS para Windows. Estadística básica*. McGraw-Hill, 1997.
- Visauta, B. *Análisis estadístico con SPSS para Windows. Estadística Multivariante*. McGraw-Hill, 1998.
- Zikmund, William G. *Investigación de mercados*. Prentice Hall, 1998.



## Leadership, Business and Society

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 6,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- M. Antònia Pujol Famadas

### OBJECTIUS:

---

The aim of the course is to familiarise students with practical issues within the world of business, looking at the role of business within society and examining themes related to efficiency, organisation, communication and ethics. All classes and materials will be in English, though this is not a language course and students will not be directly assessed on linguistic abilities.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

On completion of the course, students should have a clear understanding of company organisation and the role of the firm within society. Students will also be expected to have developed tools of critical analysis, communication and problem-solving.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat d'utilitzar satisfactòriament i amb finalitats acadèmiques i professionals la llengua anglesa.
- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Sensibilitat cap a temes mediambientals i socials.

#### Específiques

- Desenvolupar habilitats directives de gestió de persones i ser capaç de dur a terme negociacions per obtenir acords favorables i sostenibles en l'àmbit de la gestió empresarial.
- Tenir capacitat de liderar la comunicació entre els diferents components de l'empresa, des de la direcció general passant pels quadres directius i empleats.

#### Bàsiques

- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.

## **CONTINGUTS:**

---

Business and culture; motivation and delegation; stakeholder analysis; consumer and employee issues; corporate social responsibility; product issues; change management; public affairs management (lobbying); business-government relations; business, the media and internal communication; recruitment.

## **AVALUACIÓ:**

---

- Written assignments 30%
- Seminar leadership 10%
- Seminar participation 20%
- Book review 20%
- Case study 20

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

- Carroll, A: *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*.
- Kotter, J: *Our Iceberg is Melting*.
- Lawrence, A: *Business and Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy*.

## **Màrqueting Estratègic**

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

### **PROFESSORAT**

- José Antonio Corral Marfil

### **OBJECTIUS:**

---

The objective is that students apply and integrate marketing strategic concepts and techniques like marketing planning, market segmentation, brand positioning, consumer analysis, new product development, portfolio management and competitive strategy. Also, they will practise key management skills like teamwork, negotiation, enterprise and leadership. Methodologically, the central element of the subject will be a simulation of a word-industry.

The participants in this business game will be grouped into teams and will assume the role of marketing managers of their respective companies. The teams will cope with marketing problems and formulate and implement marketing strategies during twelve simulated years. By doing it, they will learn through experience to take decisions about strategic marketing. In addition, the business game will be combined with other more traditional training methods as lessons, written essays and oral presentations.

### **RESULTATS D'APRENTATGE:**

---

The aim of this subject is that students achieve:

- To apply and integrate marketing strategic concepts and techniques like marketing planning, market segmentation, brand positioning, consumer analysis, new product development, competitive advantage and strategy and portfolio management.
- To practise key management skills and competences like relationship, teamwork, negotiation, enterprise and leadership.
- To appreciate the nature of the work of a marketing manager or analyst.
- To enrich written and verbal skills within the marketing management context.

### **COMPETÈNCIES**

---

#### **Generals**

- Capacitat i habilitat de treballar en equip.
- Tenir habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.

## **Específiques**

- Conèixer els fonaments bàsics del màrqueting en les organitzacions, tant a nivell nacional com internacional.
- Redactar projectes de gestió global, projectes d'àrees funcionals de l'organització, plans d'empresa, etc. que reflecteixin la capacitat per identificar i desenvolupar iniciatives empresarials.

## **Bàsiques**

- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.

## **CONTINGUTS:**

---

1. The Markstrat world
2. Managing a Markstrat company
3. The simulation process
4. Marketing research studies
5. Marketing planning
6. Market segmentation and brand positioning
7. R+D projects and new product development
8. Consumer analysis
9. Competitive strategies
10. Resource allocation

## **AVALUACIÓ:**

---

The total grade of each student will be calculated from the qualifications achieved in an early individual exam, a marketing plan for the simulated firm, a final report, the performance of the simulated firm and the active participation in all the activities of the subject, in accordance with the following weights:

- Individual exam 20%
- Marketing plan 20%
- Firm performance 20%
- Final report 20%
- Participation 20%

## **BIBLIOGRAFIA:**

---

### **Basic**

- Larréché, J. *et al.* 2003. *Markstrat Online Student Handbook*. StratX International.

### **Complementary**

- Grant, R.M. & Jordan, J. 2005. *Foundations of Strategy*. Wiley.
- Armstrong, G. & Kotler, P. 2014. *Marketing: An Introduction*. 12<sup>th</sup> ed. Prentice Hall.

## Media Convergence

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- Ruth Sofia Contreras Espinosa

### OBJECTIUS:

---

This class will explore the main concept ?media convergence.? The "Media convergence" is the discipline that examines the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries (television, print, radio, etc...) , and also the migratory behavior of media audiences. MATRIX is a great example of how media convergence is happening. Mixing Internet, movie and literature is part of the media convergence and it's an inevitable movement.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

Students who complete this subject will be able to demonstrate:

- A broad understanding of the entire spectrum of media convergence.
- A thorough understanding of the process evolution of old and new media and the market freedom.
- Proficiency for understand the network society.
- A broad understanding of the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of entertainment experience they want.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat crítica i autocrítica.
- Capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat per treballar en un context internacional.
- Habilitats d'investigació.

## CONTINGUTS:

---

### Overview:

- 1. Introduction: Studying media and technological convergence
- 2. Co-evolution of old and new media: convergence and market freedom
- 3. After and before of the network society: Web 2.0 and the network convergence
- 4. Production, distribution, consumption: The new technologies and the change the media model
- 5. User content and audiencing

## AVALUACIÓ:

---

Your grade will be determined based on three criteria:

- 1. Research Project Report (50%).
- 2. Public Research Project Presentation (30%).
- 3. Theory Exam (20%).

Milestones 1 and 2 must be delivered in order to pass the course. Students are required to attend a minimum of 30% of classes in order to qualify to have their work assessed.

## BIBLIOGRAFIA:

---

### References:

- Jenkins, Henry *Convergence culture*. Henry Jenkins blog: <http://henryjenkins.org>
- Markus Davidsen (2011): *Jediism: a convergence os Star Wars fan culture and salad bar spirituality*. De Filosoof, N 51, pp 24-24.
- Dwyer, Tim (2009): *Media Convergence, Issues in Cultural and Media Studies*. Nova York: McGraw Hill
- PWC. *How convergence is impacting today's business models*. Interview with Dean Hallet, Deborah Bothun and Marcel Fenez. Available: <http://www.pwc.com/gx/en/technology-media-convergence/convergence-impacting-business-model-podcast.jhtml>

## Mercats Financers

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- Rafael De Madariaga Sánchez

### OBJECTIUS:

---

Proporcionar a l'estudiant els fonaments i les bases necessàries per conèixer els mercats financers i els seus productes. En concret la renda variable, la renda fixa i les opcions financeres.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Conèixer l'instrumental bàsic per valorar operacions financeres
- Obtenir i interpretar mesures de la rendibilitat de les inversions i dels seus riscos.

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat per a realitzar exposicions raonades i coherents.
- Capacitat per posar en pràctica els coneixements bàsics de la professió.
- Habilitats d'investigació.

#### Específiques

- Saber determinar la viabilitat econòmica d'una inversió a partir de criteris de selecció d'inversions, tenint capacitat per interpretar els diferents models teòrics de valoració d'empreses.
- Tenir la capacitat d'aplicar els conceptes matemàtics en diverses àrees de l'administració i direcció d'empreses.

### CONTINGUTS:

---

- Tema 1. Introducció.
- Tema 2. Mercats de renda variable.
- Tema 3. Mercats de renda fixa.
- Tema 4. Mercats de derivats.

**AVALUACIÓ:**

---

Dels temes 2, 3 i 4 hi haurà una pràctica-treball al final de cada tema que tindrà un pes del 33,33 % de la nota total.

**BIBLIOGRAFIA:**

---

Es proporcionarà a mesura que sigui necessària.



## Social Media

Tipologia: Optativa (OP)

Crèdits: 3,0

Llengua d'impartició: Anglès

### PROFESSORAT

- Cristina Ylla Parareda

### OBJECTIUS:

---

Social media have changed the communication paradigm, putting the prosumer in the center of the enterprises. In this subject we will work on the principal social networks, but also in how to make a global digital marketing plan for a brand.

### RESULTATS D'APRENTATGE:

---

- Be able to define online marketing strategy
- Knowing the main internet tools
- Be able to develop a digital marketing plan
- Develop personal branding
- Be aware of best practices in internet

### COMPETÈNCIES

---

#### Generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Habilitat en l'ús de la informació: buscar, analitzar, comprendre i gestionar la informació.
- Habilitat en l'ús de la informàtica: capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programes específics.

### CONTINGUTS:

---

1. Introduction to the Social Media subject (presentation, objectives, competences and evaluation). Brief introduction to web 2.0
2. Marketing online and the digital marketing plan + Introduction to Social Media + Facebook
3. Twitter and Foursquare + Study case
4. Youtube, Instagram, Vimeo, Pinterest, Linkedin and Google+ + Study case
5. Social Media analytics and reports
6. Social Media management tools

7. Online reputation management
8. SEO: definition, searchers and how to write in internet
9. SEM: definition, types of ads, Google Adwords and analytics
10. Email marketing: mailchimp and public relations 2.0
11. Web analytics and reports
12. Personal branding
13. Legal issues
14. Mentoring of the project
15. Projects presentation

### **AVALUACIÓ:**

---

- Exercises (30%)
- Participation in facebook group and in Twitter with the hashtag (#SMUVic) (10%)
- Projects: develop a digital marketing plan for a cultural project based in Vic (50% + 10% presentation)

### **BIBLIOGRAFIA:**

---

The bibliography will be recommended to each student according to the nature of their internship.