Economía de las Organizaciones

Curso Académico: (2022 / 2023) **Fecha de revisión: 09-05-2022**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: MELERO MARTIN, EDUARDO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : Cuatrimestre :

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Matemáticas para la Economía I y II (o similar)
Microeconomía
Estadística I (o similar)

OBJETIVOS

El curso tiene como objetivo la adquisición por parte del estudiante de las siguientes competencias:
- Comprensión del enfoque económico para el estudio de las organizaciones.
- Capacidad para aplicar ese enfoque al análisis de problemas reales concretos planteados en empresas y otras organizaciones.
- Capacidad de trabajar en grupo para analizar con profundidad problemas organizacionales reales y presentar los resultados del análisis ante una audiencia con la ayuda de medios audiovisuales.
- Habilidad para analizar con rigor y discutir en público problemas prácticos de organización de empresas.
- Comprensión del concepto de asimetría informativa y de sus implicaciones para la organización empresarial.
- Comprensión de las ideas básicas del análisis económico de la selección y provisión de incentivos en empresas y habilidad para aplicar esas ideas a problemas empresariales de actualidad.
- Comprensión del concepto de integración vertical, capacidad de análisis de sus determinantes y aplicación práctica al estudio de las decisiones empresariales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. Organización Interna: Selección y Motivación
1.1. Selección: información asimétrica, selección adversa, señalización y criba.
1.1.1. Información asimétrica y selección adversa en la contratación
1.1.2. Mecanismos de selección de empleados
1.1.3. Señalización y selección de empleados

1.2. Motivación mediante contratos de incentivos.
1.2.1. El modelo Principal-Agente
1.2.2. Contratos de incentivos óptimos (1): el dilema riesgo-incentivos.
1.2.3. Contratos de incentivos óptimos (2): múltiples tareas.
1.2.4. Selección de medidas de rendimiento.

1.3. Motivación. Incentivos y organización
1.3.1. Incentivos en equipos
1.3.2. Contratos de incentivos implícitos

2. Los Límites de la Empresa
2.1. Incentivos y límites verticales de la empresa
2.2. Costes de contratación y límites de los contratos
2.3. Inversiones específicas y el problema de la retención
2.4. Las ventajas de los proveedores y distribuidores externos
2.5. Otras ventajas de la integración

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

En los grupos magistrales, los cuales se realizarán online, el profesor presentará los principales contenidos de la asignatura y los estudiantes realizarán pequeñas encuestas y cuestionarios (online) para motivar las cuestiones planteadas en clase, mejorar su comprensión y proporcionar información a

los estudiantes sobre su seguimiento de la asignatura.
En los grupos reducidos (presenciales u online, según el caso) se realizarán ejercicios, se revisarán ejercicios realizados en casa por los estudiantes, se debatirán estudios de caso y artículos periodísticos, se presentarán y debatirán estudios de caso realizados en grupo por los estudiantes, y se realizarán pruebas evaluables. La participación constructiva de los estudiantes en todas estas actividades es esencial.
Además de las actividades en clase, los estudiantes deberán leer las lecturas asignadas con anterioridad a las clases magistrales y preparar los materiales asignados (lecturas, hojas de ejercicios, casos para debatir en clase) para las clases de grupo reducido. A través de Aula Global, los estudiantes podrán también realizar cuestionarios de repaso.
Los estudiantes prepararán también en grupo un estudio de caso que presentarán en clase para su debate.
Los 6 créditos ECTS de la asignatura se distribuyen en: 3 créditos asignados a clases presenciales u online, 2 créditos correspondientes al trabajo individual y la participación en las actividades que integran la asignatura, y 1 crédito correspondiente al desarrollo de las actividades en equipo.
Los profesores de los grupos magistrales y reducidos tendrán horas de tutoría (presenciales u online) semanales.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La nota final de cada estudiante es el resultado de: (1) examen final escrito que incluye preguntas cortas y ejercicios: 40%; (2) realización y presentación en clase de un estudio de caso en grupo: 20%; (3) ejercicios y pruebas evaluables realizados en clase durante el curso:30%; (4) participación en clase: 10%. Para aprobar el curso será necesario obtener al menos un 4 sobre 10 en el examen final. Si la nota final calculada como media ponderada es igual o superior a 5, pero la nota del examen final no llega al mínimo de 4, la nota final será igual a: 3 si la nota del examen final es inferior a 3, y a 4 si la nota del examen final es igual o mayor que 3.

Peso porcentual del Examen Final:	40
Peso porcentual del resto de la evaluación:	60

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Besanko, D., D. Dranove, M. Shanley, and S. Schaefer. Economics of Strategy. Third Edition., John Wiley & Sons, Inc., 2003
- Milgrom, P. y J. Roberts. Economía, Organización y Gestión de la Empresa., Ariel. , 1993