

GESTIÓ A L'EMPRESA (G3024)

Tipus: Obligatòria

Curs: 3r

Àrea: Disseny

Crèdits: 4,5

Trimestre: 2n

Descripció

A Gestió a l'empresa s'estudien les organitzacions dins el seu entorn de mercat i s'analitzen amb detall les diverses àrees funcionals (finances, màrqueting, recursos humans, etc.), i es presta una atenció especial a la gestió estratègica com a eix del desenvolupament del projecte empresarial i com a punt clau de la seva relació amb el disseny.

L'assignatura de Gestió a l'empresa, juntament amb la de Gestió de disseny que s'imparteix en paral·lel, complementa l'actual programa d'economia que es desenvolupa durant el 1r trimestre. Així mateix, el programa de Gestió a l'empresa constitueix una part d'una unitat lògica de coneixement formada per la sèrie d'assignatures relacionades amb l'economia, l'empresa i la pràctica professional que s'imparteixen entre 3r i 4t curs:

Objectius

En acabar l'assignatura, l'alumne serà capaç de demostrar l'aplicació, el coneixement i la comprensió de:

- l'empresa dins el seu entorn i les variables que condicionen la seva presa de decisions
- les eines de gestió que fa servir el client per poder aproximar-se a la seva lògica des de la funció del disseny
- la tasca del dissenyador dins l'entorn actual de mercat.

Continguts

1. Empresa

Definició

Tipologies i funcionament bàsic

Paper del dissenyador i del disseny en les diferents tipologies

Sectors empresarials

Paper del dissenyador i del disseny en els diversos sectors

2. Estratègia corporativa

El concepte d'estratègia corporativa

Els recursos estratègics

L'anàlisi estratègica

La gestió del canvi

L'avaluació de la gestió estratègica

- L'estratègia corporativa i el disseny
3. Àrees funcionals de l'organització
- Operacions
 - Màrqueting / Comercial
 - Organització
 - Finances
 - Gestió de la informació
 - Marc jurídic

Activitats docents i d'aprenentatge

Model docent:

- Les classes teòriques tracten el tema central de l'estratègia, mentre que les pràctiques es centren en la comprensió de les àrees funcionals. Totes les explicacions es relacionen amb l'estudi de casos d'empresa, que es documenten al començament de l'assignatura i que serveixen com a il·lustració real dels conceptes que s'expliquen.

Activitats d'aprenentatge:

- Recerca de documentació, exercicis escrits, presentacions a classe i debats organitzats.

Avaluació

Es farà una avaluació contínua mitjançant les presentacions a classe i la participació en les classes pràctiques, i a més a més es convocarà un examen al final del trimestre.

Criteris d'avaluació:

Comprensió global de la complexitat que envolta l'organització i la integració dels conceptes de gestió com a eina de comprensió dels futurs clients del dissenyador.

Bibliografia

- AMAT, ORIOL. *Cómo interpretar balances*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, 1997.
- BRUCE, MARGARET; COOPER, RACHEL. *Marketing and design management, International*. Londres: Thomson Business Press, 1997.
- BRUCE, MARGARET; BESSANT, JOHN. *Design in Business*. Londres: Prentice Hall-Design Council, 2002.
- HUNNINGHER, ERICA [ed.] *Manual del directivo: guía práctica para una gerencia eficaz*. León: Everest, 1994.
- LAVERNIA, NACHO; LECUONA, MANUEL i altres. *El valor del diseño*. València: Asociación de Diseñadores del País Valenciano, 2000.
- KLEIN, NAOMI. *No logo*. Londres: Flamingo, 2001.
- KOTLER, PHILLIP. *Dirección de Marketing*. Madrid: Prentice Hall, 1995.
- MONTAÑA, JORDI. *Diseño y marketing de nuevos productos*. Barcelona: Edicions UPC.
- MONTAÑA, JORDI. *Marketing de nuevos productos: diseño, desarrollo y lanzamiento*. Barcelona: Hispano Europea, 1990.

REINECKE, JOHN; DRESSLER, GARY; SCHOELL, WILLIAM. *Introduction to business: a contemporary view*. Boston: Allun and Bacon, 1989.

SANTESMASES, MIGUEL. *Marketing: conceptos y estrategias*. Madrid: Pirámide, 1996.

RIES, AL; TROUT, JACK. *Posicionamiento: la batalla por su mente*.

Mèxic: McGraw-Hill interamericana , 2002.

RIDDERSTRALE, JONAS; NORDSTROM, KJELL. *Funky Business, talent makes capital dance*. Bookhouse Publishing AB, 2000.

TROUT, JACK; RIVKIN, STEVE. *El poder de lo simple*. McGraw-Hill Interamericana de España, 1999.