

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre	Contexto Organizacional
Titulación	Máster Universitario en Recursos Humanos
Curso	Primero
Semestre	Primero
Créditos ECTS	5
Carácter	Obligatoria
Departamento	ICADE Business School
Área	Gestión de Empresa

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Javier Cabello Albendea Alfonso María Saez Alonso Joaquín Oset Fernández Luis Expósito Saez
CV	http://web.upcomillas.es/profesor/jcabello Alfonso Maria Saez Alonso Muñumer <amsaez@bankinter.es> http://web.upcomillas.es/profesor/joset http://web.upcomillas.es/profesor/lexposito
Departamento	ICADE Business School
e-mail	jcabello@ramanht.com http://web.upcomillas.es/profesor/asaez joaquin.oset@telefonica.net ; Luis.Exposito@iese.net
Horario de Tutorías	Disponibilidad continua vía mail

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura	
Aportación al perfil profesional de la titulación	
<p>Estructura de las organizaciones La forma de organizar a las personas en una empresa es un factor relevante para su éxito. En este sentido, hay una clara interrelación entre la estrategia de la empresa, su organización y sistemas de gestión. Los responsables de Recursos Humanos son, junto con la Dirección General, actores relevantes en el diseño de dicha organización y en la gestión de sus cambios.</p> <p>Marketing/innovación (orientación cliente presente y futuro), Dirección Producción/Operaciones (orientación producto/servicio) y Calidad Total (excelencia en todo) son áreas muy relevantes</p>	

interesantes y demandas en cualquier currículum empresarial. En esta parte de la asignatura se exploran las decisiones estratégicas de estas áreas que toman los directivos de las empresas y el papel que juegan en el incremento de la productividad.

Paralelamente incide en el rol que los departamentos de Recursos Humanos deben jugar en las decisiones anteriormente mencionadas y cómo, tanto el área de Producción como la de RRHH, deben trabajar alineados para conseguir sentar bases sólidas que permitan obtener una ventaja competitiva sostenida en sus empresas.

Función Comercial. Se pretende, así mismo, Identificar cómo la estrategia de marketing, comercial y de abandono- innovación influye en el devenir de la empresa o institución y cómo impacta en la gestión de personas.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos
BLOQUE 1: ESTRUCTURA DE LAS ORGANIZACIONES
Estrategia y organización
Introducción a la Estructuración de las Organizaciones Interrelación entre Estrategia, Organización y Sistemas de Gestión
Diseño organizativo
Parámetros y criterios Tipologías organizativas Modelos de Negocio Nuevas tendencias en la organización de empresas
Organización y Contexto
Organización y creación de empresas
BLOQUE 2: DIRECCIÓN DE OPERACIONES
Introducción a la dirección de Operaciones
Dirección de Producción vs Dirección de Operaciones Objetivos del Subsistema Operaciones
Decisiones estratégicas de Operaciones
La selección y el diseño del producto y del servicio La selección y el diseño del proceso de producción La decisión de capacidad a largo plazo Las decisiones de localización La distribución en planta
La dirección de operaciones y la calidad
La Calidad como Estrategia Empresarial Herramientas de Gestión de Calidad Modelos de Gestión de Calidad
BLOQUE 3: FUNCIÓN COMERCIAL Y DE MARKETING
Introducción al marketing
La función de la dirección comercial
Marketing estratégico
Micro entorno del marketing Macro entorno del marketing Análisis de la competencia
La segmentación
Estrategia de segmentación

Cientes actuales o clientes futuros Clientes perdidos Como incrementar la venta con los clientes actuales La variables sociodemográficas
Variables del marketing mix
Producto Precio: El margen de contribución Distribución Comunicación
Comercio minorista y mayorista

Competencias - Objetivos
Competencias Genéricas del título-curso
<p>A1. Establecer metas, distinguir los recursos necesarios, planificar las actividades requeridas y evaluar el propio progreso y desempeño. Resultados:</p> <p>A2. Manejar eficientemente la información, sabiendo captarla de fuentes secundarias: bibliografía científicas o especializadas, así como de otras fuentes documentales de rigor; y fuentes primarias: recopilar información de otras personas.</p> <p>A3. Preparar informes orales y escritos, así como elaborar presentaciones audiovisuales de impacto.</p> <p>A4. Ser capaz de cooperar con otras personas y trabajar en equipo para el bien común, siendo a la vez capaz de liderar y conducir grupos cuando la situación lo requiera. Resultados:</p> <p>A6. Poseer las competencias necesarias para el establecimiento y mantenimiento de relaciones con otros profesionales, tanto de su propia área como de cualquier otra. Resultados:</p> <p>A8. Reconocer los aspectos éticos de toda actuación empresarial, considerando las perspectivas e intereses de los diferentes grupos de interés o stakeholders y garantizando el respeto de los principios éticos de la profesión en la toma de decisiones.</p> <p>A9. Desarrollar una comunicación bidireccional eficiente, tomando en consideración las intenciones y necesidades de los demás.</p> <p>A10. Desarrollar la capacidad de pensar y actuar de manera creativa, buscando nuevas formas de hacer las cosas.</p>
Competencias Específicas del área-asignatura
<p>B1. Ser capaz de analizar la realidad empresarial como un todo indivisible, complejo e interrelacionado.</p> <p>B2. Conocer qué es la gestión estratégica empresarial y tener la capacidad para analizar, diseñar y mejorar su aplicación.</p> <p>B3. Comprender la relación entre la estrategia de la empresa y su organización, las diferentes estructuras de organización, su diseño y funcionamiento, así como los principales procesos en la empresa.</p> <p>B5. Planificar estratégicamente las distintas políticas de Recursos Humanos de una organización en función de la estrategia empresarial adoptada por la Alta Dirección, para contribuir de esta manera</p>

a la consecución de los objetivos establecidos.

B7. Saber diseñar la estructura organizativa más adecuada para lograr alcanzar las metas de la empresa. Resultado

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

Trabajo cooperativo de los alumnos que, en parejas o pequeños grupos, reciben una tarea, caso o supuesto que requiere compartir la información y los recursos entre los miembros con vistas a alcanzar el objetivo común. Fundamentada en el método del caso, estudiados por cada alumno y discutidos por cada grupo antes de las intervenciones individuales de cada sesión general.

El método del caso estimula el aprendizaje inductivo. Del análisis de ejemplos concretos se construyen las distintas herramientas de análisis y se inducen normas generales de aplicación a todo tipo de empresas y sectores. Por ello, es imprescindible el estudio previo de los casos y la participación activa en las discusiones de las sesiones generales.

Exposiciones sobre sus competencias y habilidades para conseguir un empleo.

Las presentaciones deben ser evaluadas y criticadas por el resto de compañeros o por el profesor con el fin de profundizar más en el tema.

Lecciones de carácter expositivo.

Metodología No presencial: Actividades

Estudio individual.

Lectura individual de textos de diferente tipo (casos, libros, revistas, artículos, prensa, publicaciones en Internet, informes sobre experiencias prácticas, etc.) relacionados con las materias de estudio.

Trabajo cooperativo de los alumnos que, en parejas o pequeños grupos, reciben una tarea que requiere compartir la información y los recursos entre los miembros con vistas a alcanzar el objetivo común.

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	CRITERIOS	PESO
La materia pretende transmitir conceptos sólidos que permanezcan arraigados en el alumno. Los conceptos analizados a lo largo del programa están totalmente concatenados por lo que la continuidad en el estudio es esencial. Al ser el método inductivo es importante la participación de los alumnos en la resolución de los casos en clase así como sus preguntas y aportaciones, en las que se podrá ver su evolución y la incorporación progresiva de conceptos.		
Participación, rendimiento y aprovechamiento de las clases	Cuando hablamos de participación es claro que se cuentan las positivas y las negativas y que la calidad de la participación es tan importante como la cantidad.	20%
Valoración de los trabajos dirigidos a los estudiantes		30%

Examen	A lo largo del programa se realizarán exámenes o pruebas escritas en los que se pondrá a prueba la solidez de los conceptos adquiridos. Para aprobar la asignatura se deberán superar los exámenes y pruebas finales de cada apartado de la asignatura, en el caso de existir varios exámenes en un mismo apartado o bloque de una asignatura, la media ponderada de los ellos debe ser superior a 4,90 como condición necesaria para aprobar la asignatura.	50%
--------	---	-----

El detalle de la evaluación de cada uno de los desarrollos específicos o bloques se encontrará en la planificación que entrega cada profesor.

Notas a los criterios de evaluación:

1. Todos los alumnos deben cumplir con un mínimo del 75% de asistencia en el conjunto de la asignatura y en cada uno de sus bloques o apartados para aprobar la asignatura y sus bloques o apartados.
2. Para que los ejercicios sean tenidos en cuenta han de ser entregados en el plazo y formato previsto.
3. Si al combinar los criterios la calificación final fuera igual o superior 5, pero no hubiera superado la calificación mínima de los exámenes o pruebas finales, se reducirá la calificación final a un máximo de 4,0 puntos.
4. En el caso de que el alumno no obtenga una calificación de 5,0 o superior en el conjunto de la asignatura o en alguno de sus bloques o apartados tras la aplicación de los criterios del sistema de evaluación, el alumno podrá realizar un examen extraordinario, en cuyo caso la calificación final de la asignatura, o del apartado del que se examine, no podrá superar el 6,0.

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO			
HORAS PRESENCIALES			
Clases teóricas	Clases prácticas	Actividades académicamente dirigidas	Evaluación
10	15	20	5
HORAS NO PRESENCIALES			
Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	Realización de trabajos colaborativos	Estudio
10	15	20	30
CRÉDITOS ECTS:			5

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Libros de texto

- Alvarez, J.L., Ricart, J.E. (1997). *Como prepararse para las Organizaciones del Futuro*. Ed. Folio. Barcelona
- Andreu, R. (1996). *La Organización en la Era de la Información*. Ed. McGraw Hill. Madrid.
- Barnard C.I. (1968) *The Functions of the Executive*. Harvard Univ. Press. Cambridge, Massachusetts.
- A. Berlinches Cerezo. CALIDAD. Thomson Paraninfo
- Beson P. Shapiro and Jhon J. Sviokla. Seeking customers. A Harvard Business Review Book, 1993. Boston USA. *Part IV: Energize the Selling Effort*.
- David Clutterbacuck & Desmond Dearlove. Cómo aumentar el Prestigio. Marketing de la Función de Recursos Humanos. Ediciones Gestión 2000, S.A. Aedipe. Barcelona, 1995. *Todo el libro es altamente recomendable*.
- J.A. Domínguez Machuca y otros DIRECCIÓN DE OPERACIONES. Aspectos estratégicos en la producción y los servicios. Mc Graw Hill
- Gerald Zaltman: Cómo piensan los consumidores. Ediciones Urano. Barcelona, 2003. *Prefacio*.
- Peter F. Drucker with Joseph A. Maciariello: "Management. Revised Edition". New York, 2008. HarperCollins Publishers. *Chapter 9: The Purpose and Objectives of a Business*.
- Peter F, Drucker: La empresa en la sociedad que viene. Ediciones Urano, SA. Barcelona, 2002. *Capítulo 6. El director general en el nuevo milenio. Capítulo 8. No son empleados, son personas. Capítulo 9. Servicios financieros. Innovar o morir*.
- Peter F. Drucker: El *management* del Siglo XXI. Los desafíos de un mundo sin fronteras. Editorial Edhasa. Barcelona, 2000. *Capítulo 3: El líder del Cambio*.
- J. Heizer y B. Render. Dirección de la producción. Decisiones estratégicas. Prentice Hall
- Kotler, P y Keller, K. (2008) Dirección de Marketing. Pearson
- Lawrence, P.R., Lorsch, J.R. (1987) *La Empresa y su Entorno*. Ed. Plaza & Janés, Barcelona.
- Mintzberg, H. et al (1998) *El Proceso Estratégico*, Prentice Hall. Madrid.
- Mintzberg, H. (2000). *La Estructuración de las Organizaciones*. Ariel Economía. Barcelona.
- Henry Mintzberg, Bruce Ahlstrand and Joseph Lampel: Management it's NOT what you think! AMACOM books in 2010. New York, USA. *Chapter 7. Metamorphosing Management*.
- Theodore Levitt: The marketing Imagination. The Free Press, 1986. New York. USA. *Chapter 8. Marketing Myopi*
- Moss Kanter, R. (1990). *Cuando los Elefantes aprenden a bailar*. Ed. P & J. Barcelona.
- Ouchi, W. (1985) *Teoría Z*. Ed. Orbis. Barcelona.
- Pérez López, J.A. (2006) *Fundamentos de la Dirección de Empresas* Ed. Rialp. Madrid.
- Ricart, J.E. (1997). *Diseño de Organizaciones*. Ed. Folio. Barcelona.
- Rodríguez Carrasco, J.M. et. al. (2002) *Estrategia y Política de Empresa*. Ed. Pirámide. Madrid.
- C. Rodrigo Illera; A. Gancedo Prieto. ASPECTOS ESTRATÉGICOS DE LA DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A
- Saratxaga, Koldo, (2007) *Un nuevo estilo de relaciones para el cambio organizacional pendiente*. Ed. Prentice Hall. Madrid.
- Simon, H.A. (1997) *Administrative Behavior* Ed. Free Press. New York.

Páginas web

- <http://www.areas.com/>
- <http://www.equipostrytalento.com/>
- <http://www.fororecursoshumanos.com/>
- <http://www.gestiopolis.com/>

- <http://www.humanresources.com/index.html>
- <http://www.hr.com>
- <http://www.hrmagazine.co.uk/>
- <http://www.hrvillage.com/>
- <http://www.monografias.com/>
- http://www.psicologia-online.com/profesionales/index_industrial.shtml
- <http://www.reclutando.net/comunidad-de-directivos-de-rrhh/>
- <http://www.revistasumma.com/>
- <http://www.rrhhdigital.com/>
- <http://www.rrhmagazine.com/>
- <http://www.senderosdeproductividad.com/>
- <http://www.k2kemocionando.com/>
- <https://www.informs.org/Publications/.../Organization-Science>
- https://www.researchgate.net/.../1094-4281_Organizational_Resea...