



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUIA DOCENT D'IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA 2026-2027

DADES GENERALS

Nom de l'assignatura: IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I
POLÍTIC A L'EMPRESA

Codi	801328 (BUSINESSTECH) 801386 (MKTTECH) 801833 (GIDE)
Curs:	2026-2027
Titulació:	Grau en Empresa, Innovació i Tecnologia Grau en Màrqueting, Innovació i Tecnologia Grau en Gestió i Digitalització en l'Esport
Nre. de crèdits (ECTS):	6
Ubicació en el pla d'estudis:	1r curs, 1r quadrimestre
Departament:	Ciències socials a l'empresa
Responsable departament:	Dra. Cristina Cáliz
Data de l'última revisió:	Juliol 2025
Professorat responsable:	Ferran Fontané Dra. Carmen Ortega

1. DESCRIPCIÓ GENERAL

Les variables socioeconòmiques sempre han tingut un paper fonamental en l'èxit o el fracàs de les empreses en general i dels productes en particular. Els estudis de mercat no són suficients si no es tenen en compte els aspectes que envolten la societat, com ara la cultura i els costums, que afecten les decisions empresarials.

Per tot això, els continguts de l'assignatura facilitaran una avaluació autònoma, per part de l'alumnat, de l'entorn socioeconòmic en què interactuen les empreses. Per fer-ho, la metodologia que es desenvoluparà es basarà en diferents enfocaments, partint d'una metodologia inductiva en què, a partir de casos pràctics particulars, s'arribi a un coneixement generalitzat. Posteriorment, aquest coneixement se sustentarà amb classes magistrals, per acabar consolidant tot el que s'ha après mitjançant treball autònom i pràctic.

Aquest enfocament ha de proporcionar a l'alumnat la comprensió de l'impacte social de la presa de decisions, tant a nivell individual com col·lectiu, i ha de permetre també construir els criteris per avaluar les conseqüències polítiques, socials i de sostenibilitat en l'entorn de les pròpies decisions.

La perspectiva ha de ser majoritàriament economicocultural, ajudant l'alumnat a adquirir els coneixements i les eines pràctiques que permetin una bona execució posterior en diferents matèries.

En aquest sentit, l'assignatura comparteix enfocament i perspectiva amb l'assignatura d'Impacte de les tecnologies en l'empresa i Impacte de l'entorn econòmic i marc legal en l'empresa, estant les tres integrades dins de la matèria d'Entorn Global.

2. OBJECTIUS

Els objectius d'aprenentatge són:

- Reconèixer els factors socials, culturals, polítics i legals que influeixen en l'entorn empresarial.
- Generar un patró d'aprenentatge de les ciències socials basat en el treball autònom i la metodologia inductiva.
- Identificar, analitzar i avaluar les oportunitats i riscos empresarials en l'entorn empresarial.
- Aproximar-se als principals conceptes i generalitzacions sobre la societat i els seus processos d'organització i canvi.
- Comprendre la pluralitat de teories i aproximacions existents en les ciències socials aplicades a l'àmbit empresarial.
- Originar una visió crítica sobre les teories culturals, socials, econòmiques i

polítiques de la societat en què es viu i s'actua.

3. RESULTATS D'APRENTATGE

- Reconèixer els factors socials, culturals i polítics que influeixen en l'entorn empresarial global.
- Desenvolupar habilitats per liderar i col·laborar en entorns multiculturals i multinacionals.
- Reconèixer la importància de la responsabilitat social empresarial i el seu impacte en la sostenibilitat empresarial.

4. CONTINGUTS

TEMA 1: ESTRUCTURA POBLACIONAL

Resultats específics d'aprenentatge

Després d'impartir el tema, el professorat haurà facilitat a l'estudiant les eines necessàries per:

- Comprendre l'estructura poblacional dins de les variables socioeconòmiques empresarials.
- Identificar la problemàtica de l'estructura poblacional dins de l'àmbit empresarial.
- Plantejar accions per aprofitar o contrarestar les externalitats positives o negatives derivades de les estructures poblacionals.

Contingut

- 1.1 Demografia. Piràmide de població i la resta d'indicadors.
- 1.2 L'evolució demogràfica a curt, mitjà i llarg termini. Conseqüències en el sector productiu.
- 1.3 Correlació entre estructura demogràfica i sector productiu.
- 1.4 Definició i tipologia de les generacions i les seves principals característiques.
- 1.5 Externalitats derivades de l'estructura poblacional.
- 1.6 Avaluació de les externalitats en el moment de prendre decisions polítiques i empresarials.

TEMA 2: ENTORN SOCIAL

Resultats específics d'aprenentatge

Després d'impartir el tema, el professorat haurà facilitat a l'estudiant les eines necessàries per:

- Comprendre les estructures socials presents en el món actual.
- Entendre com aquestes estructures socials influeixen en els sistemes polítics i econòmics actuals.
- Analitzar els efectes de les estructures socials.
- Conèixer què és la responsabilitat social i com es transforma en un avantatge competitiu per a les empreses que la consideren.

Contingut

- 2.1 Definició, delimitació i components de l'entorn social.
- 2.2 L'entorn social com a factor diferencial de participació en el mercat i en el consum.
- 2.3 La correlació entre entorn social i participació en el mercat.
- 2.4 La responsabilitat social del sector productiu i de l'organització

institucional.

2.5 Els factors de sostenibilitat en les empreses i en les organitzacions en el context de la responsabilitat social.

TEMA 3: ENTORN ECONÒMIC

Resultats específics d'aprenentatge:

En finalitzar aquest curs, l'estudiant serà capaç de:

- Conèixer les variables econòmiques més rellevants i entendre com es determinen.
- Analitzar l'impacte d'aquestes variables en el teixit productiu d'una nació.
- Analitzar els efectes de les polítiques econòmiques en un entorn global i en les organitzacions.

Contingut

- 3.1. Definició, delimitació i components de l'entorn econòmic.
- 3.2. Les principals variables socioeconòmiques.
- 3.3. Les tendències del mercat i la seva incidència en els factors econòmics i a la inversa.
- 3.4. El mercat de treball. Evolució i incidència.

TEMA 4: ENTORN CULTURAL

Resultats específics d'aprenentatge:

Després d'impartir el tema, el professorat haurà facilitat a l'estudiant les eines necessàries per:

- Conèixer els conceptes fonamentals, així com les teories relacionades amb el multiculturalisme.
- Vincular la cultura als processos de globalització econòmica i social.
- Conèixer les potencialitats de la diversitat cultural que afavoreixen la

societat i les seves organitzacions.

- Adquirir una actitud reflexiva i crítica davant dels problemes plantejats per la cultura en l'actualitat.
- Entendre les grans tendències de transformació que han caracteritzat la cultura en el món contemporani.

Contingut

- 4.1 Definició, delimitació i components de l'entorn cultural.
- 4.2 Els principis del canvi cultural.
- 4.3 Diversitat humana i multiculturalitat: la construcció de la diferència.
- 4.4 La incidència de la globalització en l'àmbit de l'entorn cultural.
- 4.5 La cultura de consum global i l'homogeneïtzació de la cultura.
- 4.6 La complexitat cultural en la societat globalitzada: subcultures, contracultures, multiculturalisme.
- 4.7 Els hàbits de consum segons les diverses tipologies de l'entorn cultural.

TEMA 5: ENTORN INSTITUCIONAL

Resultats específics d'aprenentatge

Després d'impartir el tema, el professorat haurà facilitat a l'estudiant les eines necessàries per:

- Conèixer les diverses estructures institucionals, ja siguin nacionals o supranacionals, que participen en el nostre entorn.
- Analitzar les polítiques que emanen d'aquestes institucions i com afecten l'activitat productiva, ja sigui pública o privada.
- Entendre com aquestes institucions i les seves polítiques són de compliment obligat per als mercats corresponents.

Contingut

- 5.1 Definició, delimitació i components de l'entorn institucional.
- 5.2 Les principals característiques de l'entorn institucional.
- 5.3 Els principals agents que intervenen en l'entorn institucional.
- 5.4 Descripció i anàlisi dels components estructurals de les principals institucions de l'entorn.
- 5.5 Les dinàmiques polítiques en la societat actual en relació amb el mercat i el sector productiu.

TEMA 6: ANÀLISI PESTEL

Resultats específics d'aprenentatge

Després d'impartir el tema, el professorat haurà facilitat a l'estudiant les eines necessàries per:

- Elaborar un PESTEL mitjançant l'anàlisi dels factors que impacten en l'organització.
- Localitzar les dades i la informació necessària per realitzar de manera autònoma un PESTEL des de la perspectiva de l'impacte polític, econòmic, social i cultural.

Contingut

- 6.1 Factors polítics que impacten en les organitzacions i/o empreses i en el seu desenvolupament. (P)
- 6.2 Factors econòmics que impacten en les organitzacions i/o empreses i en el seu desenvolupament. (E)
- 6.3 Factors socials que impacten en les organitzacions i/o empreses i en el seu desenvolupament. (S)

6.4 Factors tecnològics que impacten en les organitzacions i/o empreses i en el seu desenvolupament. (T)

6.5 Factors mediambientals que impacten en les organitzacions i/o empreses i en el seu desenvolupament. (E)

6.6 Factors legals que impacten en les organitzacions i/o empreses i en el seu desenvolupament. (L)

5. METODOLOGIA D'ENSENYAMENT I APRENENTATGE

L'assignatura introdueix l'estudiant en l'aprenentatge mitjançant una metodologia activa i participativa, que parteix de les classes magistrals i de l'anàlisi de casos pràctics per facilitar la comprensió i aplicació dels conceptes tractats.

La metodologia es recolza en:

- Classes magistrals participatives per consolidar els continguts prèviament treballats en lectures, textos i articles disponibles al campus virtual.
- Resolució de casos i exercicis a classe.
- Treball autònom i cooperatiu per al desenvolupament d'activitats i projectes fora de l'aula, lliurats mitjançant la plataforma educativa.
- Prova tipus test de pràctica i d'avaluació continuada.

Es promou la reflexió crítica, la integració de teoria i pràctica i l'adquisició de competències per a l'anàlisi de l'entorn social, cultural, polític i econòmic.

6. AVALUACIÓ

D'acord amb el Pla de Bolonya, l'assignatura s'avalua mitjançant el model d'avaluació continuada que premia l'esforç constant i continuat de l'estudiantat.

La nota final de l'assignatura (NF) serà el resultat de l'avaluació continuada, a partir de l'aplicació de la fórmula següent:

$$NF = (\text{Nota Examen Final presencial} \times 60\%) + (\text{Nota activitats parcials d'avaluació} \times 40\%)$$

L'examen final presencial, que és una prova final de conjunt, té dues convocatòries.

La nota mínima de l'examen final per calcular la NF serà de 40 punts sobre 100. En cas contrari, constarà únicament la nota obtinguda en l'examen final com a NF de l'assignatura.

L'assignatura queda aprovada amb una NF igual o superior a 50 punts sobre 100.

Activitats d'avaluació contínua - modalitat semipresencial:

Tipus d'activitat	Descripció	% Avaluació contínua	% Avaluació final
Lliuraments:			40 %
Tema 1 i 2	Treball escrit i exposició oral	15%	
Tema 3, 4 i 5	Treball escrit i exposició oral	15%	
Tipus test	Prova presencial tipus test vinculada als continguts treballats a l'aula	20%	
Treball final	Treball escrit i exposició oral	40%	
Avaluacions del treball a les classes	Participació, presentacions i resolució de situacions en sessions de classe (mínim 5 en les presencials i 4 en les online)	10%	
Examen final			60%

7. BIBLIOGRAFIA

7.1 Bibliografia bàsica

Adorno, T. W. (1967). La indústria cultural i societat de masses. Monte Ávila.

Baudrillard, J. (1978). Cultura i simulacre. Kairós.

Bauman, Z. (1999). La globalització: conseqüències humanes. FCE.

Bauman, Z. (2016). La cultura en la modernitat líquida. Fondo de Cultura Económica.

Beck, U. (2002). La societat del risc global. Siglo XXI Editores.

Dodds, K. (2021). Geopolítica: una breu introducció. Antoni Bosch Editor.

Martín Roda, E. M. (Coord.). (2017). Geopolítica: claus per entendre un món canviant. Editorial Universitaria Ramón Areces.

Montesquieu, C. de. (2015). De l'esperit de les lleis. Alianza Editorial.

Requeijo González, J. (Ed.). (2014). Demografia i política (Revista Economistas, núm. 140). Colegio de Economistas de Madrid.

Rodrik, D. (2011). La paradoxa de la globalització. Antoni Bosch Editor S. A.

7.2 Bibliografia complementària

Alonso, J. A. (Ed.). (2023). Lliçons sobre economia mundial. Introducció al desenvolupament i a les relacions econòmiques internacionals (11a ed.). Editorial Civitas.

Arribas, J. M. (2013). Sociologia del consum i investigació de mercats. UNED.

Barth, F. (1976). Els grups ètnics i les seves fronteres. L'organització social de les diferències culturals. FCE.

Baudrillard, J. (2009). La societat de consum. Editorial Siglo XXI. Bauman, Z. (2002). La cultura com a praxi. Paidós.

Bourdieu, P. (1988). La distinció. Criteris i bases socials del gust. Taurus.

Burgos Romero, C. (2018). La responsabilitat social o sostenibilitat: un enfocament des de l'entorn i la comunicació. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 8(16), 47-59.
<https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.04>

Chomsky, N. (2014). El benefici és el que compta. Neoliberalisme i ordre global. Editorial Planeta.

Dawkins, R. (2007). El gen egoista: les bases biològiques de la nostra conducta (10a ed.). Ediciones Salvat.

Dostaler, G. (2012). Keynes i l'atur. Maia Ediciones.

Douma, S., Schreuder, H., & Forcadell Martínez, F. J. (2009). Enfocaments econòmics per a l'anàlisi de les organitzacions (4a ed.). Editorial Pearson.

Escohotado, A. (2008). Els enemics del comerç. Espasa Calpe.

Fernández Díaz, A., Parejo Gámir, J. A., & Rodríguez Sáiz, L. (2010). Política econòmica (4a ed.). Editorial McGraw Hill.

Francés, P. (2005). Responsabilitat social de les empreses. Fonaments i enfocaments de la gestió responsable. Cuaderno Forética, (1). Forética.

Fukuyama, F. (1992). La fi de la història i l'últim home. Editorial Planeta.

Galor, O. (2022). El viatge de la humanitat. Editorial Destino.

Gea Izquierdo, F. (2015). Homologació a la sociologia. Createspace. ISBN: 1507843992.

Giddens, A. (2014). Sociologia (7a ed.). Alianza Editorial.

Huerta de Soto, J. (2020). Socialisme, càlcul econòmic i funció empresarial (6a ed.). Nueva Biblioteca de la Libertad; Unión Editorial.

Juhász, R., Lane, N. J., & Rodrik, D. (2023). The new economics of industrial policy. NBER Working Paper.

Kaplan, R. D. (2017). La venjança de la geografia. RBA Libros.

Laval, C., & Dardot, P. (2013). La nova raó del món. Assaig sobre la societat neoliberal. Editorial Gedisa.

Lazcano, A., Ayerbe, M., & altres. (2005). El capital social de les organitzacions i el seu entorn: conceptualització teòrica, mesurament i intervenció en la generació del capital social. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, (59).

López Canorea, A., Marrades, A., & González, J. (2023). La pugna pel nou ordre internacional. Espasa.

Luttwak, E. (2000). Turbocapitalisme: els qui guanyen i els qui perden en la globalització. Crítica.

Marshall, T. (2021). Presoners de la geografia. Editorial Península.

Marzano, M. (2011). Programats per triomfar. Nou capitalisme, gestió empresarial i vida privada. Tusquets Editores.

Mayos, G. (2012). Macrofilosofia de la globalització i del pensament únic. Editorial Académica Española.

National Intelligence Council. (2021). Global Trends 2040. Publications NIC. Saez, E., & Zucman, G. (2021). El triomf de la injustícia. Taurus Ediciones.
Segura, J. (1993). Teoria de l'economia industrial. Editorial Civitas.

Smith, A. (1992). Investigació sobre la naturalesa i causes de la riquesa de les nacions. Fondo de Cultura Económica.

Soriano, D., & Richard, N. (Amfitrions). (2019-2019). Economia per quedar-te sense amics [Podcast]. iVoox.

Velarde, J. (2009). Cent anys d'economia espanyola. Editorial Encuentro.

Viteri, J., & Jácome, M. (2011). La responsabilitat social com a model de gestió empresarial. EIDOS, 4, 92-100. ISSN: 1390-499X, eISSN: 1390-5007.

Wallerstein, I. (2008). The modern world system as a capitalist world economy. In Boli, J. (Ed.).

Zucman, G. (2013). La riquesa amagada de les nacions. Com funcionen els paradisos fiscals i què fer-hi. Ediciones Siglo XXI.