

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5033 - EMPRENEDORIA I GESTIÓ D'EQUIPS

Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Màrian Buil Fabregà <mbuil@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Anglès

L'idioma d'impartició és l'anglès. L'assignatura es realitza a través de la plataforma Rebelbase (en anglès).

Competències que es treballen

Bàsica

- B4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Específica

- E7. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir.
- E8. Sintetitzar idees per convertir-les en negocis factibles i rendibles entenent el mercat actual.
- E10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- E11. Aplicar els coneixements per emprendre projectes de negocis que permetin la creació de noves empreses o la millora de les ja existents, aplicant idees innovadores i creatives.
- E15. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.

General

- G1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- G2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

Descripció

L'objectiu general de l'assignatura és generar noves idees de negoci o línies de negoci innovadores i plantejar el seu model de negoci.

Resultats d'aprenentatge

- Avaluar oportunitats que poden ser transformades en negocis viables.
- Desenvolupar de manera creativa processos innovadors de nous conceptes de negocis i/o productes/serveis.
- Crear un Producte Mínim Viable (PMV) del producte/servei per testejar el mercat
- Implementar una idea de negoci tenint en compte l'anàlisi del context

Metodologia de treball

Sessions teòriques	MD1. Classe magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor en la qual assisteixen tots els estudiants matriculats en l'assignatura.
	MD2. Conferències: Sessions presencials o transmeses en streaming, tant a l'aula de la universitat com en el marc d'una alta institució, en les que un o vairs especialistes exposen experiències o projectes als estudiants.
	MD3. Presentacions: Formats multimèdia que serveixen de recolzament a les classes presencials
	MD4. Càpsules de vídeo: Recurs en format vídeo, que inclou continguts i demostracions dels eixos temàtics de las assignatures. Aquestes càpsules están integrades en l'estructura de l'assignatura i serveixen als estudiantes per revisar antes vegades com vulguin les idees o propostes que el professor necessita destacar de les classes.
Aprenentatge autònom	MD10. Investigació i lectura crítica d'articles. Els estudiants partixen d'una hipòtesi de treball que van desenvolupant, seguint les fases de la metodologia d'investigació entre les quals la lectura crítica d'articles
	MD11. Tutories no presencials: per les quals els alumnes disposaran de recursos telemàtics com el correu electrònic i els recursos de la intranet de la ESCSET.
Aprenentatge dirigit	MD5. Seminaris: Format presencial en petits grups de treball (entre 14 i 40). Són sessions lligades a les sessions presencials de l'assignatura que permeten oferir una perspectiva pràctica de l'assignatura i en la què la participació de l'estudiant és clau.
	MD6. Debate i fòrums: Converses presencials o online, segons els objectius que el professor responsable de l'assignatura busqui. Els debate tenen una data d'inici i finalització i están dinamitzas pel professor.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.

El TecnoCampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

Continguts

MODULE 1: IDEATION

- 1.1. Inspiration
- 1.2. Problem
- 1.3. Core Team
- 1.4. Solution

MODULE 2: VALIDATION

- 2.1 Prototesting
- 2.2 Competitive Landscape
- 2.3 Target and Market
- 2.4 Ecosystem

MODULE 3: LAUNCH

3.1 Brand

3.2 Version One

3.3 Go to market strategy

MODULE 4: SCALABILITY AND IMPACT

4.1 Market potential

4.2 Impact

4.3 Results

MODULE 5: FINANCIALS

1. Margins

2. Cash Flow

3. Funding

Activitats d'aprenentatge

- Idear una solució innovadora per una necessitat de mercat
- Validar la idea de negoci mitjançant la creació i validació d'un MVP
- Desenvolupar el llançament de la idea de negoci
- Descriure l'escalabilitat i impacte del negoci

Sistema d'avaluació

Avaluació	Percentatge
SE2. Treballs individuals i/o en grup: entregues puntuals. Contingut complet i ajustat al sol·licitat. Qualitat en la presentació	50%
SE 3. Exposicions: Distribució equitativa dels temes a presentar entre els membres de l'equip	20%
SE4. Examen : De desenvolupament d'idees aplicat a conceptes apresos	30%

L'examen final de trimestre suposa el 30% de la nota i podrà estar format tant per part teòric, tipus test o anàlisi de casos d'empreses.

Es necessita tenir entregades i puntuades totes les activitats del trimestre per poder presentar-se a l'examen.

Es necessita una nota mínima de 5 sobre 10 per aprovar l'examen i l'assignatura.

A la recuperació només es podrà realitzar l'examen final que computarà el 30% de la qualificació final, ja que es conservaran les notes de les activitats realitzades durant el trimestre.

Un alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO es pot presentar a la recuperació.

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- Reis, E. (2011). The lean startup. New York: Crown Business, 27.
- Rogers, E. M. (2010). Diffusion of innovations. Simon and Schuster.
-

Sinek, S. (2009). Start with why: How great leaders inspire everyone to take action. Penguin.

Enllaços web

- Rebelbase : The new way to become an entrepreneur - Let your inner innovator out
<https://rebelbase.co>
- <https://hbswk.hbs.edu/item/clay-christensens-milkshake-marketing>
- <https://steveblank.com/2013/11/08/a-new-way-to-look-at-competitors/>

Complementaris

Bibliografies

- Copeland, T., Koller, T., Murrin, J. (2005) Valuation: Measuring and Managing the Value of the Companies.
- The Successful Business Plan: Secrets and Strategies by R. Abrams and E. Kleiner (2010)

Enllaços web

- Podcast <https://www.nytimes.com/2019/08/29/podcasts/the-daily/uber-profit.html>