

## GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

### 500332 - CREACIÓ D'EMPRESES INNOVADORES

#### Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Crèdits: 6
- Professorat:
  - Màrian Buil Fabregà <[mbuil@tecnocampus.cat](mailto:mbuil@tecnocampus.cat)>
  - Federico Prats Salmurri <[fprats@tecnocampus.cat](mailto:fprats@tecnocampus.cat)>

#### Idiomes d'impartició

- Castellà
- Català
- Anglès

#### Competències que es treballen

##### Específica

- CE8. Sintetitzar idees per convertir-les en negocis factibles i rendibles entenent el mercat actual.
- CE11. 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.
- CE15. 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

- CG1. 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.
- CG2. 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.

##### Transversal

- CT3. Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin l'avversió al risc.

#### 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 càpsulas están integrades en l'estructura de l'assignatura i serveixen als estudiants 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. Seminari: 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 dinamitzades 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.*

*L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.*

## Continguts

---

### TEMA 1: IDEA DE NEGOCI VS OPORTUNITAT DE NEGOCI

- 1.1 Generació d'idees de negoci, tendències i sostenibilitat
- 1.2 Eines per l'anàlisi del mercat: competència i segments de clients
- 1.3 Proposta de valor i MVP

### TEMA 2: INTRODUCCIÓ A LA PREPARACIÓ D'UN BUSINESS PLAN

- 2.1 Objectius del Business Plan
- 2.2 Crear un Business Plan Atractiu. Per a qui?
- 2.3 Components genèrics: El Resum Executiu
- 2.4 Components genèrics: Descripció de l'Empresa

### TEMA 3: PLA DE MÀRQUETING

- 3.1 El Pla de Màrqueting desde la perspectiva del cliente (4C's)

3.2 El pressupost de màrqueting

3.3 El pla de vendes

3.4 KPI i Mètriques de màrqueting

#### **TEMA 4: PLA D'OPERACIONS I PROCESSOS**

4.1 Estratègia operativa

4.2 Cadena de subministrament

4.3 Macro i micro processos

4.4 El pressupost d'operacions

4.5 KPI i Mètriques d'operacions

#### **TEMA 5 : PLA D'ORGANITZACIÓ**

1. Organigrama

2. Llocs de treball i funcions

3. Política retributiva

4. Valoració econòmica del pla de recursos humans

#### **TEMA 6: PLA JURIDICO-FISCAL**

6.1 Formes jurídiques

6.2 Tràmits per la constitució de l'empresa

6.3 Normativa general i específica del negoci

#### **TEMA 7: PLA ECONÒMIC I FINANCER**

7.1 Objectius del pla Econòmic i Financer

7.2 El Compte d'exploració

7.3 El Balanç de situació

7.4. Els fluxos de caixa (operacions + inversions + finançament)

#### **TEMA 8: MÈTODES DE FINANÇAMENT D'UNA STARTUP**

8.1 El capital risc (Business Angels i Venture Capitalist)

8.2 Finançament Públic

8.3 Quina és la millor finançament per a la meua empresa?

#### **TEMA 9: COMUNICACIÓ DE PROJECTES EMPRENEDORS**

9.1 Consells per una bona comunicació

9.2 Eines per una presentació efectiva

9.3 Pràctica de comunicació

### **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
- Dissenyar el pla financer 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

- <https://hbswk.hbs.edu/item/clay-christensens-milkshake-marketing>
- <https://steveblank.com/2013/11/08/a-new-way-to-look-at-competitors/>

### Complementaris

#### Bibliografies

- Blank, S & Dorf, B. (2012). The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company
- 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>