



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUIA DOCENT DE LIDERATGE, EMPRENEDORIA I CREACIÓ D' EMPRESES 2026-27

DADES GENERALS

Nom Assignatura:	Lideratge, emprenedoria i creació d' empreses en l' esport
Codi:	801739
Curs:	2026-27
Titulació:	Grau en Ciències i Tecnologies Aplicades a l' Esport i al Condicionament Físic
Nº de crèdits (ECTS):	6
Ubicació en el pla d' estudis:	Tercer curs, primer quadrimestre
Departament:	Direcció estratègica i organització
Responsable departament:	Dra. Cristina Cáliz
Data de l' última revisió:	Juliol 2026
Professor Responsable:	Josep María García Sala

1. DESCRIPCIÓ GENERAL

En la següent assignatura els participants adquiriran metodologies d'última generació per desenvolupar i validar idees de negoci. El curs introduirà una visió completa sobre un cicle de Desenvolupament d' una empresa, des de la seva fundació fins a la fallida.

2. OBJECTIUS

- ☐ Comprendre el significat d' emprenedoria i start-up.
- ☐ Definir una oportunitat de negoci.
- ☐ Establir la importància de la proposta de valor.
- ☐ Definir les possibilitats d' impuls per al creixement d' una empresa.
- ☐ Conèixer les metodologies clau per impulsar la innovació.
- ☐ Conèixer les estratègies del mercat.
- ☐ Entendre els processos de finançament de les idees.
- ☐ Descobrir els tràmits legals en una start-up.

3. CONTINGUTS

BLOC 1: IDENTIFICACIÓ DE VALOR

TEMA 1: QUÈ SIGNIFICA SER UN EMPRENEDOR?

Resultats específics de l'aprenentatge

Tots els alumnes comprendran les habilitats bàsiques d'un emprenedor, habilitats toves i dures per començar a emprendre noves idees.

Contingut

- 1.1.1. El paper de l'emprenedor
- 1.1.2. Identificació de patrons i avaluació de valor.
- 1.1.3. Posada en marxa i lideratge de projectes
- 1.1.4. Pensament crític.
- 1.1.5. Habilitats de presentació i comunicació.
- 1.1.6. El sistema econòmic, mercats, bancs centrals i governs.

TEMA 2: INNOVACIÓ

Resultats específics de l'aprenentatge

Els alumnes coneixeran les principals metodologies d'innovació per identificar futures idees de negocis.

Contingut

- 1.2.1. Què és la innovació?
- 1.2.2. Innovació disruptiva
- 1.2.3. Innovació oberta
- 1.2.4. Oceans Blaus vs Rojos
- 1.2.5. Innovació i Intel·ligència Artificial
- 1.2.6. Valor d'inversió i innovació
- 1.2.7. El camí de l'emprenedoria

BLOC 2: VALUE CREATION

TEMA 1: GENERANT IDEES DE NEGOCI

Resultats específics de l'aprenentatge

Després del capítol, els alumnes podran comprendre els conceptes de proposta de valor, validació del model de negoci sota les premisses del disseny centrat en l'usuari.

Contingut

- 2.1.1. Què és una Start-Up vs. una petita empresa?
- 2.1.2. Disseny de proposta de valor i avantatges competitius
- 2.1.3. Business Canvas
- 2.1.4. Posada en marxa esvelta – Lean Start-up
- 2.1.5. Test d'idea de negoci
- 2.1.6. Test d'avantatge competitiu
- 2.1.7. Valor del negoci enfront del valor del producte

TEMA 2: PREPARACIÓ PER A LA INVERSIÓ

Resultats específics de l'aprenentatge

Els participants seran capaços de preparar propostes de finançament públic i privat. Claus per finançar una start-up.

Contingut

- 2.2.1. Estats financers
- 2.2.2. Necessitats d'inversió
- 2.2.3. Opcions de finançament
- 2.2.4. Plataformes d'inversió
- 2.2.5. Estratègia de negocis
- 2.2.6. Preparació de propostes
- 2.2.7. Control de projectes i KPI
- 2.2.8. Pitch Deck / Storytelling

BLOC 3: GESTIÓ DEL CREIXEMENT

TEMA 1: METODOLOGIES D' INNOVACIÓ INTEGRADES

Resultats específics de l' aprenentatge

Després del curs, es presentarà un resum proposant la metodologia adequada en el moment adequat per validar la proposta de valor, l' ajust del mercat del producte i l' estratègia d' anar al mercat.

Contingut

- 3.1.1. Invincible Company
- 3.1.2. Ignite Methodology
- 3.1.3. Lean Canvas path

TEMA 2: PROCEDIMENTS LEGALS

Resultats específics de l' aprenentatge

Després del curs, els participants obtindran coneixements legals bàsics sobre el procés empresarial des de la fundació fins a la retirada o la fallida.

Contingut

- 3.2.1. NDA
- 3.2.2. Letter of Intend – Carta d'Intencions
- 3.2.3. Memorandum of Understanding – Memoràndum d'Acords
- 3.2.4. Partnership Agreement – Acord de Partnership
- 3.2.5. Procés de fundació
- 3.2.6. Contracte de Servei
- 3.2.7. Venent la companyia & Due diligences
- 3.2.8. Procés de Concurs o Tancament

4. METODOLOGIA D' ENSENYAMENT I APRENTATGE

Classe altament participativa combinant metodologies de:

- Aprenentatge basat en casos
- Aprenentatge basat en problemes
- Aprenentatge en base a projectes

Els participants treballaran individualment i en grups. La part més interessant de l'assignatura serà un treball conjunt de 4 mesos desenvolupant la teva pròpia idea de negoci, des de la concepció fins a la validació.

5. AVALUACIÓ

D'acord amb el Pla Bolonya, el model premia l'esforç constant i continuat de l'alumnat. El 40% de la nota s'obté de l'avaluació contínua de les activitats dirigides i el 60% restant, de l'examen final presencial. L'examen final té dues convocatòries.

La nota final de l'assignatura (NF) es calcularà mitjançant la següent fórmula:

$$NF = \text{Nota d' Examen Final} \times 60\% + \text{Nota d' Avaluació Contínua} \times 40\%$$

La nota mínima de l'examen final per calcular la NF serà de 40 punts sobre 100.

L'assignatura s'aprova amb una NF igual o superior a 50 punts sobre 100.

Tipus d'activitat	Descripció	% Avaluació contínua	
Lliuraments			34%
	Proposta d' indentificació de valor	7%	
	Valoració de l' entorn econòmic actual	7%	
	Proposta de Valor + Estratègia (DAFO i Ocea Blau)	17%	
	Business Canvas	17%	
	Valoració d'un negoci / Descompte de Caixa	17%	
	Estudi de la situació econòmica d' un negoci	17%	
	Storytelling del teu negoci	6%	
	Llegeixin Canvas per al teu negoci	12%	
Qüestionaris			6%
	Desenvolupament de negoci	50%	
	Desenvolupament de negoci	50%	
	Examen		60%
Examen	Examen final		60%
		TOTAL	100%

6. BIBLIOGRAFIA

6.1. BIBLIOGRAFIA BÀSICA

- ☐ Alexander Osterwalder, Frederic Etienne, Alan Smith, Yves Pigneur: The Invincible Company, Willey 2020
- ☐ David J. Bland, Alexander Osterwalder, Testing Business Ideas, Willey 2020
- ☐ School, Jeane Liedtka and Tim Ogilvie (2010), Designing for Growth: A Design Thinking Tool Kit for Managers, Columbia Business
- ☐ Paul Harris (2011) Design Thinking; Gavin Ambrose, AVA Publishing
- ☐ Tim Brown (2009) Change by Design, , Harper Business.
- ☐ Kaufmann Foundation "Entrepreneurial Impact: the role of MIT", 2009.
- ☐ Harvard Business Review "Meeting the Challenge of Corporate Entrepreneurship", 2006
- ☐ MIT Sloan Management Review "The Four Models of Corporate Entrepreneurship", 2007
- ☐ Harvard Business Review "Should You Listen to The Customer?", 2012
- ☐ California Management Review "Organizational DNA for Strategic Innovation", 2005
- ☐ Alexander Osterwalder (2015), Value Proposition Design, Willey 2015

- ☐ Eric Ries (2013), El mètode Lean StartUp: Com crear empreses d'èxit fent servir la innovació, Deusto
- ☐ Alexander Oesterwalder & Ives Pigneur (2011), Business Model Canvas, Willey 2011
- ☐ Dan Roam (2008), El teu món en una Servilleta: Resoldre problemes i vendre idees Mitjançant dibuixos, Portfolio.
- ☐ Dave Gray, Sunni Brown, James Macanufo (2010) Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers and Changemakers, , O' Relly
- ☐ School, Jeane Liedtka and Tim Ogilvie (2010), Designing for Growth: A Design Thinking Tool Kit for Managers, Columbia Business
- ☐ Paul Harris (2011) Design Thinking; Gavin Ambrose, AVA Publishing
- ☐ Tim Brown (2009) Change by Design, , Harper Business.

6.2. WEBGRAPHY / BLOGS

- ☐ <https://javiermegias.com/blog/>
- ☐ <http://theleanstartup.com/>
- ☐ <http://catempren.gencat.cat/ca/inici>
- ☐ <https://steveblank.com/>