



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# **GUIA DOCENT D' EMPRENEDORIA DE NEGOCIS [2024-2025]**

## DADES GENERALS

<b>Nom:</b>	Emprenedoria de Negocis
<b>Codi:</b>	801319
<b>Curs:</b>	2024-25
<b>Titulació:</b>	Grau d'Administració i Direcció d'Empreses (ADE)
<b>Nº de crèdits (ECTS):</b>	6
<b>Ubicació en el plan de estudio:</b>	3r curs, 2n quadrimestre
<b>Departament:</b>	Ciències Socials en l'empresa
<b>Responsable departament</b>	Dra. Cristina Cáliz
<b>Data de l'última revisió:</b>	Julio 2024
<b>Professor Responsable:</b>	Dr. Gabriel Maresca Dr. Víctor Giménez

## 1. DESCRIPCIÓ GENERAL

---

L'assignatura s'enfoca eminentment a desenvolupar les habilitats i competències professionals dels estudiants en dos àmbits: l'emprenedoria i la direcció general estratègica. L'apartat d'emprenedoria es desenvolupa generant els propis alumnes un model de negoci real per desenvolupar posteriorment els diferents apartats del pla d'empresa al llarg del curs. El desenvolupament de competència en direcció general estratègica es desenvolupa mitjançant l'ús d'un simulador de negocis (Business game) de manera que els alumnes són responsables de la presa de decisions d'una empresa, la qual competeix amb altres empreses al llarg d'un procés iteratiu durant diversos períodes. Aquest procés permet analitzar de forma iterativa els resultats obtinguts a partir de les decisions pròpies i les de la competència. Es tracta doncs d'una assignatura eminentment de treball en grup i individual per part dels estudiants per al desenvolupament de competències professionals tan importants en el món empresarial com són l'emprenedoria i la capacitat de gestió.

## 2. OBJECTIUS

---

En finalitzar el curs l'estudiant serà capaç de:

- Identificar problemes empresarials i desenvolupar una idea solució innovadora i sustentable de negoci.
- Analitzar els factors del macro i microentorn que afecten la creació d'un nou negoci de manera que puguin identificar-se les oportunitats empresarials i estratègies comercials més adequades.
- Desenvolupar els diferents plans associats a la confecció d'un pla integral d'emprenedoria comercial: màrqueting, estructura jurídica, producció i operacions, capital humà, economicofinancer i execució del projecte.

- Prendre decisions en els diferents àmbits d' una empresa d' acord amb una estratègia global en un entorn competitiu.
- Analitzar la informació de les diferents àrees de negoci per a la presa de decisions.
- Definir estratègies personalitzades per al cas de cada empresa a partir de l' anàlisi externa i interna.

### 3. CONTINGUTS

---

#### TEMA 1: PRESENTACIÓ DE LA PROPOSTA DE VALOR

##### Resultats de l' aprenentatge

L' estudiant després d' estudiar els temes i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Identificar un problema de negoci empresarial.
- Aplicar tècniques d' innovació per al desenvolupament de solucions creatives amb sentit de negoci.
- Avaluar les alternatives proposades de solució de negoci.
- Seleccionar la millor solució i definir la proposta de valor.

##### Contingut

- 1.1 Identificació d'un problema empresarial i/o de negoci.
- 1.2 Ocupació de tècniques d' innovació per al disseny de solucions de negoci.
- 1.3 Valoració i selecció de la millor alternativa de solució de negoci.
- 1.4 Descripció de la proposta de valor i el seu avantatge competitiu.
- 1.5 Presentació de la idea de negoci a inversors: elevator pitch.

#### TEMA 2: ANÀLISI DE L' ENTORN I ESTRATÈGIA EMPRESARIAL

##### Resultats d' aprenentatge a adquirir

L' estudiant després d' estudiar els temes i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Identificar i conèixer els elements externs a l' empresa que la condicionaran en el seu funcionament i definició.
- Analitzar les debilitats, fortaleses, amenaces i oportunitats del nou negoci per justificar el nínxol de mercat.
- Identificar els stakeholders de l' activitat empresarial i dissenyar un pla d' acció.
- Definir el Pla estratègic del negoci: Missió, Visió, i Valors empresarials.
- Identificar el segment al qual s' adreçarà el producte o servei i el posicionament que s' ha d' aconseguir.

##### Contingut

- 2.1 Anàlisi del Macroentorn i/o PESTEL.
- 2.2 Anàlisi del Microentorn i/o Forces competitives de Porter.
- 2.3 Anàlisi DAFO Competitiu.
- 2.4 Anàlisi dels Stakeholders i Pla d' acció.
- 2.5 Constitució jurídica/legal de l'emprenedoria. Tràmits i pressupostos.
- 2.6 Definició de la Missió, Visió, i Valors empresarials.
- 2.7 Anàlisi de segmentació i estratègia de posicionament.

### TEMA 3: DISSENY DEL PLA DE MÀRQUETING

#### Resultats d' aprenentatge a adquirir

L' estudiant després d' estudiar els temes i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Analitzar el comportament de la demanda.
- Realitzar una previsió de vendes sota tècniques quantitatives i/o qualitatives.
- Definir els objectius del pla de màrqueting.
- Dissenyar el Màrqueting Mix de l' empenedoria.

#### Continguts

- 3.1 Anàlisi de la demanda i previsió de vendes.
- 3.2 Objectius del pla de màrqueting.
- 3.3 Definició de les variables controlables del Màrqueting Mix.
  - 3.3.1 Disseny del producte/servei.
  - 3.3.2 Política de preus.
  - 3.3.3 Decisions sobre canals de vendes.
  - 3.3.4 Comunicacions integrades.

### TEMA 4: PLANIFICACIÓ DE LA PRODUCCIÓ

#### Resultats d' aprenentatge a adquirir

L' estudiant després d' estudiar els temes i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Determinar la localització de l' empenedoria, equipaments i instal.lacions necessàries.
- Definir l' estructura i política de gestió del talent.
- Avaluar i seleccionar els proveïdors necessaris per al pla de producció.
- Determinar la capacitat de producció.
- Identificar els principals processos operatius i estàndards de qualitat.
- Definir la política de distribució comercial.

#### Contingut

- 4.1 Localització del negoci.

- 4.2 Layout de planta, equips i instal·lacions necessàries.
- 4.3 Inscrita, funcions i responsabilitats.
  - 4.3.1 Disseny de llocs de treball.
  - 4.3.2 Política de selecció i desenvolupament del talent.
- 4.4 Avaluació i selecció de proveïdors.
- 4.5 Planificació de la producció.
  - 4.5.1 Model de gestió d'estocs i inventaris.
- 4.6 Descripció de processos operatius i estàndards de qualitat.
- 4.7 Disseny de distribució i transport.

## TEMA 5: PLA ECONOMIC I FINANCER DEL PROJECTE D'INVERSIÓ

### Resultats d'aprenentatge a adquirir

L'estudiant després d'estudiar els temes i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Definir l'estructura de costos i pressupostos de l'emprenedoria.
- Definir les fonts de finançament per al projecte d'inversió.
- Elaborar un CASH-FLOW del projecte d'inversió.
- Avaluar la viabilitat econòmica i financera del projecte d'inversió.

### Contingut

- 5.1 Determinar els pressupostos de constitució de l'emprenedoria.
  - 5.1.1 Pressupost del pla de producció i operatiu.
  - 5.1.2 Pressupost del pla de capital humà.
  - 5.1.3 Pressupost del pla de màrqueting.
- 5.2 Determinar les decisions de finançament de l'emprenedoria.
- 5.3 Determinar els fluxos de tresoreria estimats per al primer any.
- 5.4 Avaluar la viabilitat econòmica de la inversió a partir dels fluxos de caixa anuals estimats per als propers 3 a 5 anys.

## TEMA 6: PLA DE GESTIÓ: EXECUCIÓ DEL PROJECTE D'INVERSIÓ

### Resultats d'aprenentatge a adquirir

L'estudiant després d'estudiar els temes i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Dissenyar el pla d'execució del projecte d'inversió.
- Identificar les activitats crítiques del projecte d'inversió.
- Analitzar els riscos associats al projecte d'inversió.
- Definir els indicadors de seguiment i control del projecte d'inversió.

## Contingut

- 6.1 Acta de constitució del projecte d' inversió.
- 6.2 Desglossament de l'estructura de treball (WBS).
- 6.3 Diagrama d' activitats crítiques del projecte.
- 6.3.1 Diagrama de Gantt, principis de les tècniques CPM i PERT.
- 6.3.2 Estimació d' alternatives d' acceleració del projecte.
- 6.4 Anàlisi de risc i pla de contingències.
- 6.5 Disseny del tauler de control i seguiment del negoci.

## TEMA 7: JOC DE NEGOCIS MARKSTRAT

### Resultats d' aprenentatge a adquirir

L'estudiant després d' estudiar els temes i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Prendre decisions coordinades en les diferents àrees de l' empresa.
- Analitzar les conseqüències de les seves decisions empresarials i els resultats de la competència per a la presa de noves decisions.
- Gestionar en equip la presa de decisions en les diferents àrees i analitzar els resultats empresarials.
- Dissenyar plans d' acció i d' organització de treball en equip.

## Contingut

- 7.1 Presa de decisions de producte
- 7.2 Decisions d' R + D
- 7.3 Presa de decisions de màrqueting
  - 7.3.1 Producte
    - 7.3.1.1 Llançament de nous productes
    - 7.3.1.2 Modificació de productes
    - 7.3.1.3 Retirada de productes del mercat
    - 7.3.1.4 Decisions de quantitats a produir
  - 7.3.2 Preu
  - 7.3.3 Distribució
- 7.4.4 Promoció i publicitat
- 7.4 Presa de decisions financeres
- 7.5. Presa de decisions de RRHH

## 4. METODOLOGIA D' ENSENYAMENT I APRENTATGE

---

El professor exposarà en la primera part de la classe els elements clau de cada apartat del pla d' empresa, per dedicar la resta de la sessió al treball en grup per desenvolupar els diferents apartats

del seu propi pla d' empresa. Així mateix, els estudiants realitzaran una experiència d'intraemprenedoria a través d'un business game, prenent decisions de negoci sota l'aplicació del concepte "learning by doing". Al llarg del curs, els estudiants realitzaran exàmens, diferents presentacions grupals, un elevator pitch, tutories individuals i d'equip personalitzades i lliuraments parcials dels avanços del seu pla d'empresa. Al final del curs, els equips presenten el document final del pla d'empresa i fan la seva defensa pública sobre la gestió de l'emprenedoria. En aquesta, han d'identificar clarament les estratègies i tàctiques emprades, així com la seva justificació/motivació i els resultats obtinguts de manera que els estudiants aprenguin tant dels seus encerts com dels seus errors.

### Grup presencial:

Es basa en classes expositives participatives complementades amb la lectura per avançat dels diferents temes. Amb les pràctiques a classe i els treballs per resoldre fora de l'àmbit de la classe s'espera reafirmar els conceptes i els procediments que s'han desenvolupat durant el curs.

Les principals activitats que es realitzaran són:

- Al llarg de l'assignatura es realitzaran activitats com resolució de problemes, participació en debats i resolució de casos.
- Classe pràctica de resolució, amb la participació dels estudiants, de casos pràctics i/o exercicis relacionats amb els continguts de l'assignatura.
- Treball en grup/cooperatiu amb presència del professor/a.

### Grup semipresencial:

Es basa en classes de repàs participatives per consolidar la lectura de material didàctic, textos i articles relacionats amb els continguts de l'assignatura prèviament publicats al campus virtual. Amb les pràctiques a classe i els treballs per resoldre fora de l'àmbit de la classe s'espera reafirmar els conceptes i els procediments que s'han desenvolupat durant el curs.

- Classe pràctica de resolució, amb la participació dels estudiants, de casos pràctics i/o exercicis relacionats amb els continguts de l'assignatura.
- Treball en grup/cooperatiu sense presència del professor/a.

## 5. AVALUACIÓ

---

D'acord amb el Pla Bolonya, el model premia l'esforç constant i continuat de l'estudiantat. Un 70% de la nota s'obté de l'avaluació contínua de les activitats dirigides i el 30% percentatge restant, de l'examen final presencial. L'examen final té dues convocatòries.

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

- **NF = Nota Examen Final x 30% + Nota Avaluació Continuada x 70%.**
- Nota mínima de l'examen final per calcular la NF serà de 40 punts sobre 100.
- L'assignatura queda aprovada amb una NF igual o superior a 50 punts sobre 100.

## Activitats d'avaluació contínua:

### Grup presencial:

Tipus d' activitat	Descripció	% Avaluació continuada	
Activitat en grup - Valoració de les propostes entre tots els grups	Idea de negoci - Elevator pitch.	15%	
Activitat en grup	Pla Comercial: Anàlisi de l' entorn i Estratègia empresarial. Disseny del Mix Comercial.	10%	
Activitat en grup	Pla Tècnic: Planificació de la Producció i Avaluació econòmica i financera del projecte d' inversió.	10%	
Activitat en grup	Pla de Gestió: Execució del projecte d' inversió.	10%	
Activitat en grup - Valoració de l'emprenedoria entre tots els grups.	Presentació de l'emprenedoria: Model de negoci CANVAS.	5%	
		50%	
Activitat en grup	Pla de negoci Markstrat.	5%	
Resultat en business game	Valor empresa Markstrat.	20%	
Activitat en grup	Presentación final Markstrat.	10%	
Qüestionari	Manual d'examen Markstrat.	15%	
		50%	
<b>Avaluació Continuada</b>		100%	<b>70%</b>
<b>Examen Final</b>	Presentació completa de la proposta de negoci - Defensa oral.	100%	<b>30%</b>
			<b>100%</b>
			<b>Evaluación Asignatura</b>

### Grup semipresencial:

Tipus d' activitat	Descripció	% Avaluació continuada	
Activitat en grup - Valoració de les propostes entre tots els grups	Idea de negoci i Pla comercial de la proposta - Elevator pitch.	20%	
Activitat en grup	Pla Tècnic i Econòmic del projecte d' inversió.	15%	



Activitat en grup - Valoració de l'emprenedoria entre tots els grups	Pla de Gestió i Model de negoci CANVAS.	15%	
		50%	
Qüestionari	Manual d'examen Markstrat.	15%	
Actividad en grupo	Pla de negoci Markstrat.	5%	
Resultat en business game	Valor empresa Markstrat.	20%	
Activitat en grup	Presentació final Markstrat.	10%	
		50%	
<b>Avaluació Continuada</b>		100%	<b>70%</b>
<b>Examen Final</b>	Presentació de la proposta de negoci - Defensa oral.	100%	<b>30%</b>
<b>Avaluació Assignatura</b>			<b>100%</b>

## 6. BIBLIOGRAFIA

### 6.1. BIBLIOGRAFIA BÀSICA

- MASTRANTONIO RAMOS, P., CÁLIZ RIVERA, C., MÁRMOL PÉREZ, M., RAJADELL CARRERAS, M., CODURAS MARTÍNEZ, O., TAPIAS NADALES, X. Y PACREU TORRELLA, J. (2016): Cómo hacer un plan de empresa EUNCET. Editorial OmniaScience.
- Manual del business game Markstrat. Descargable la última versión en cada edición desde <https://web.stratxsimulations.com/González>, Fidel Vicente (2015). Dirección por objetivos. Valencia: Editorial Universidad Politécnica de Valencia.
- J. Guido y J. P. Clements (2013). Administración exitosa de proyectos. 5ta edición. Editorial Cengage Learning.
- H. H. Murcia (2011). Creatividad e Innovación para el desarrollo empresarial. Ediciones de la U.
- Reyes Gaytán, Germán - Bouzas Ortiz, José Alfonso (2019). Gestión del Talento Humano. Ed. IURE Editores.
- KAPLAN, R. S. y NORTON, D.P. (2001): Cómo Utilizar el Cuadro de Mando Integral para Implementar y Gestionar su Estrategia. Barcelona, Editorial Gestión 2000.

### 6.2. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

- DRUCKER, P. F.(2002): La Gerencia en la Sociedad Futura. Colombia. Editorial Norma.
- FORD, B. R., BORNSTEIN, J. M., & PRUITT, P. T. (2007). The Ernst & Young business plan guide. John Wiley & Sons.

- HILL, C.W.L. (2001): Negocios Internacionales. Competencia en un Mercado Global. 3ra Edición. México, Editorial McGraw-Hill.
- JOHNSON, G. y SCHOLES, K. (2001): Dirección Estratégica. Madrid. Prentice Hall.
- KALAKOTA, R. y ROBINSON, M. (2001): Del E-Commerce al E-Business. El Siguiete Paso. México, Pearson Educación.
- Fernández Romero, A. (2005) Creatividad e Innovación en empresas y organizaciones. Técnicas para la resolución de problemas. Díaz de Santos. Madrid.
- AGUILAR, Luis Joyanes. (2019). INDUSTRIA 4.0 La Cuarta Revolución Industrial; España. Editorial Alfaomega. ISBN: 9789587783162.
- Álvarez Rivas, David - Parras Parras, Alicia. (2022). La nueva comunicación: creatividad e innovación en la sociedad digital. Editorial: Dykinson.
- Arruga Segura, M.C. (2020). La transformación digital en las relaciones laborales y en la organización del trabajo. Ed. Wolters Kluwer. España.