

PLA DOCENT D'ASSIGNATURA. Curs2018-19
ELISAVA Escola Superior de Disseny
GRAU EN ENGINYERIA DE DISSENY INDUSTRIAL

1. Dades descriptives de l'assignatura.

Pla d'empresa (70052)

Nombre de crèdits: 4 ECTS

Curs: 4t

Trimestre: 1r

Àrea de coneixement: Gestió de Producte

Tipus d'assignatura: obligatòria

Llengua/llengües de la docència: anglès

Hores lectives: 40h

Hores autònomes: 60h

Hores de dedicació: 100h

Equip docent: Anna M^a del Corral

Contacte: adcorral@elisava.net

2. Guia docent.

1. Presentació de l'assignatura.

L'assignatura està emmarcada dins de l'àrea de coneixement de Gestió de Producte i es complementa amb les assignatures del 3er curs Empresa, producte i mercat i la de 4rt curs Planificació de producte, totes elles obligatòries.

Per assolir el perfil professional de Graduat en Enginyeria de Disseny Industrial és necessari ser competent en el coneixement i la gestió de tot el cicle de vida d'un producte industrial i és imprescindible conèixer tot el que fa referència a l'entorn empresarial, i al mercat de l'empresa i del producte per saber valorar els diferents agents implicats.

A l'assignatura l'alumne desenvoluparà el Pla de Negoci d'un producte, tot analitzant el cicle de vida del mateix, valorant les seves implicacions industrials, d'organització empresarial, i de finançament i rendibilitat en el marc jurídic-fiscal actual, per assolir una situació d'èxit.

L'assignatura està emmarcada dins dels coneixements d'empresa, i pertany a l'Àrea de Ciències Socials. Es complementa amb els continguts de l'assignatura de 3r Empresa, Producte i Mercat, i la de 4rt curs Planificació de producte, totes elles obligatòries.

El curs transmet la importància estratègica del disseny industrial en aspectes relacionats amb la competitivitat i l'èxit empresarial dins d'un context de teixit industrial global. El professional ha de gestionar factors com la creativitat, el coneixement, el capital intel·lectual de les empreses, la innovació, el disseny industrial, la comunicació, la marca i el servei al client, en el context econòmic actual per tal de generar avantatges competitives que permetin la continuïtat de les empreses.

2. Competències associades.

2.1. Competències generals.

- G1 Desenvolupar tècniques creatives de tot tipus: inductives, deductives i analògiques, per analitzar, sintetitzar i resoldre necessitats.
- G3 Cercar, gestionar i utilitzar la informació de manera precisa fent ús adequat de tots els mitjans, incloent els informàtics, així com de les tecnologies d'informació i comunicació.
- G4 Organitzar i planificar les tasques i els processos tenint present la optimització dels recursos i del temps.
- G6 Treballar en equip fomentant aptituds d'empatia, negociació i persuasió.
- G8 Analitzar les diferents situacions que es presenten en l'entorn professional, mantenint un raonament crític i compromisos ètics.
- G10 Investigar les noves situacions amb una actitud creativa i innovadora posant en pràctica la iniciativa i l'esperit emprenedor.
- G11 Prendre decisions en els diferents àmbits empresarials amb una actitud crítica i responsable en front dels avenços científics i tecnològics.

2.2. Competències específiques.

- E2 Capacitat per realitzar projectes de nous productes (des de la concepció fins al desenvolupament tècnic) en diferents camps.
- E4 Conèixer les implicacions d'utilitat, funcionals, culturals, sociològiques i tecnològiques del producte a desenvolupar.
- E5 Conèixer les implicacions industrials, comercials, estratègiques i de comunicació del producte a desenvolupar.

E7 Conèixer els plans de màrqueting i les recomanacions industrials per els nous productes.

E8 Capacitat de tractar la informació i el coneixement de manera transversal.

E14 Aplicar els processos projectuals per a convertir les idees en projectes funcionals.

E15 Aplicar les noves tecnologies en els diferent processos de disseny i desenvolupament.

3. Resultatsdel'aprenentatge.

- Apropar-se i comprendre el entorn econòmic, social i industrial del producte.
- Plantejar-se la viabilitat del producte des de l'inici del projecte, per a donar-li sortida al mercat.
- Avaluar els aspectes tècnics, econòmics, productius i comercials que afecten el producte i la seva eco-sostenibilitat.

4. Recomanacions.

Pla d'Empresa està programada en el grau per compartir trimestre, 1r trimestre de 4t curs, amb l'assignatura Planificació de Producte, i per succeir en el temps a l'assignatura d'Empresa. Producte i Mercat, programada a 3r curs.

A Empresa, Producte i Mercat l'alumne conforma un marc de referència pels contingut de les assignatures de 4t.

5. Continguts.

1. Conceptes base del Pla de negoci

Utilitats
Contingut
Errors
Recomanacions

2. El punt de partida: la Idea

La Idea i l'oportunitat de negoci
Validació de la hipòtesi de la idea i la necessitat que cobreix

3. De la Idea al Model de Negoci

Business Model Canvas
Anàlisi de l'entorn Micro / Macro i de la competència
Posicionament i Percepció de valor

Màrqueting Mix (les 4 Ps): Product, Price, Promotion, Placement
Cadena de Valor
Estratègies per a la fixació del preu "Pricing"
Volum de Vendes

Secció A

Segmentació
Proposta de valor
Canal
Fidelització del client

Secció B

Activitats Clau
Recursos Clau
Partners Clau
Estructura de despeses
Model d'ingressos

4. Dimensió econòmica i financera

Categories d'inversió. Necessitats i planificació de la inversió
Finançament
Compte de resultats: ingressos i despeses
Pla de Tresoreria
Balanç de situació
Punt d'equilibri
Ràtios de rendibilitat

5. Organització. Arquitectura d'equip. Responsabilitat jurídica

Configuració de l'equip i l'assignació de responsabilitats funcionals
Governança.
Organització jurídica
Responsabilitat davant tercers

6. Estratègia digital

Posicionament: SEO / SEM

A l'inici de l'assignatura cada curs acadèmic, el professor/a lliurarà als alumnes, mitjançant campus virtual, la programació d'activitats setmanals definitiva i els criteris específics d'avaluació, emmarcats en els paràmetres indicats en el present Pla docent.

6. Metodologia docent.

a. *Enfocament i organització general de l'assignatura.*

Las sessions presencials son de les següents tipologies:

- Sessions d'aula: son classes en les que el professor transmet continguts dels blocs temàtics, i l'alumne adopta un paper receptiu. Son deu sessions d'una hora i mitja de durada, és a dir un total de 15 hores.
- Sessions de taller: son classes en les que es realitzaran estudis de casos aplicables al pla de negoci, amb la participació activa dels alumnes guiats pel professor. Son setze sessions d'una hora i mitja de durada, és a dir un total de 24 hores.

Les hores lectives de l'assignatura es completen amb sessions d'aula oberta.

Estudi autònom:

- L'estudiant té l'obligació de preparar fora de l'aula els encàrrecs, al nivell que el professor demani en cada cas. La dedicació fora de l'aula ha de ser de 60 hores.

b. *Activitats formatives.*

En les sessions d'aula el professor transmet continguts i l'alumne adopta un paper receptiu. Cal que l'alumne faci un treball fora de l'aula per entendre i assimilar els conceptes, per poder-los aplicar a les encàrrecs parcials del pla de negoci que se li encarregaran.

Els tallers estaran dedicats de manera monogràfica a un dels eixos temàtics tractats a les classes d'aula. Els tallers tenen com a finalitat que els estudiants posin en comú les experiències pràctiques desenvolupades fora de l'aula, a través d'encàrrecs parcials del pla de negoci, per arribar a deduir continguts i "mètodes" que s'integrin amb els continguts de les classes d'aula. Aquest aprenentatge madura i es consolida amb la participació activa dels estudiants en el mateix taller. A les sessions de taller es demana a l'alumne una actitud activa.

Dins el marc dels tallers, també es fa el seguiment i tutorització de temes associats als projectes de recerca i treballs de camp.

7. Avaluació.

a. Sistema d'avaluació.

L'avaluació es basa en quatre pilars, conceptes avaluables, de caràcter obligatori:

- Participació en les activitats plantejades dins l'aula. 5%
- Lliurament d'encàrrecs parcials del pla de negoci, individuals o grupals. 15%
- Lliurament del pla de negoci. 50%
- Presentació del pla de negoci. 30%

L'avaluació de projectes i les tasques es farà seguint els criteris de:

- Grau d'integració i treball interdisciplinari de l'equip, en cas que l'encàrrec sigui grupal.
- Grau de discussió i crítica personal davant la temàtica del treball i la contextualització del mateix a la realitat del mercat.
- Qualitat de la memòria: precisió, rigor, ordre i pulcritud.
- Qualitat de les presentacions

Es requereix haver obtingut un 4 de nota mínima en cadascun dels quatre conceptes avaluables per fer mitja amb les altres notes.

Aquells alumnes que hagin suspès l'assignatura amb una nota compresa entre un 4 i un 4,9 poden presentar-se a la recuperació al mes de juliol.

Aquells alumnes que hagin superat l'assignatura no podran concórrer a la recuperació per pujar la nota.

Aquells alumnes que no s'hi hagin presentat a algun dels conceptes avaluables, és a dir, no tinguin nota d'algun dels conceptes, no podran recuperar l'assignatura.

b. Sistema de qualificació.

Activitat d'avaluació	Característiques	Criteris d'avaluació	Pesal anotafinal	Recuperableono	Pesalarecuperació	Competències avaluades
Participació en les activitats plantejades dins l'aula	Assistir a les classes i tenir una participació activa	L'assistència a la classe i el grau i qualitat de la participació	5%	No recuperable.		G3, G4, G6, G8, G10, E2, E5, E7, E8, E14, E15
Encàrrecs parcials del pla de negoci	Permeten una retroacció contínua. Entrega: dossier parcial	Per aprovar l'assignatura és necessari lliurar els encàrrecs en el termini establert i que mostrin la qualitat requerida	15%	No recuperable		G1, G3, G4, G8, G11, E4
Projecte de Pla de Negoci	Dossier recull del pla de negoci desenvolupat durant el curs	Per aprovar l'assignatura és necessari lliurar el pla de negoci en el termini establert i que mostri la qualitat i coherència requerida	50%	Recuperable. Al mes de juliol	65%	G1, G3, G4, G6, G8, G10, G11, E2, E4, E8
Presentació del Projecte de Pla de Negoci	La presentació ha d'evidenciar un caràcter marcadament professional de recerca de finançament (clients)	Determinaran els coneixements globals sobre la temàtica del curs i la seva aplicació a un cas pràctic	30%	Recuperable. Al mes de juliol	35%	G4, G6, G8, G10, G11, E2, E4, E8

Concreció per competències.

Competència	Indicadors d'assoliment	Procediment d'avaluació
G1	Analitzar i resoldre un problema pràctic.	Tasques dins i fora del aula. Treball pel pla de negoci.
G3	Estructurar, diferenciar i classificar la informació. Ser capaç de comunicar-se amb propietat de forma oral i escrita.	Treball pel pla de negoci. Participació en les activitats plantejades dins del aula. Encàrrecs. Presentació pla de negoci.
G4	Gestionar el temps i els recursos necessaris per desenvolupar un projecte.	L'assistència a classe i la puntualitat, així com la planificació de les etapes a cobrir per a fer el lliurament d'encàrrecs a temps.
G6	Organitzar i planificar de manera individual i en grup. Escoltar i diferenciar discursos contraris.	Guiatge dels encàrrecs, i treball pel pla de negoci. Participació als tallers.
G8	Analitzar i resoldre un problema pràctic.	Treball pel pla de negoci. Encàrrecs. Participació als tallers.
G10	Estructurar una anàlisi de dades o fets empírics. Estimular i desenvolupar el procés creatiu. Diferenciar metodologies de treball.	Treball pel pla de negoci. Participació en les activitats plantejades dins i fora de l'aula.
G11	Comprendre l'enunciat de un problema. Capacitat d'opinió i crítica. Conjugar aspectes teòrics i pràctics. Avaluació i elecció d'alternatives.	Treball pel pla de negoci. Guiatge dels encàrrecs parcials. Activitats dins l'aula.

Competència	Indicadors d'assoliment	Procediment d'avaluació
E2	L'aportació de coneixements transversals en la realització de les tasques i els projectes grupals	Treball pel pla de negoci. Participació en les activitats plantejades dins i fora de l'aula.
E4	Aplicació de paràmetres tècnics per el desenvolupament de producte.	Guiatge d'encàrrecs parcials. Treball pel pla de negoci.
E5	Diferenciar les escales individuals i col·lectives de la cultura.	Participació en les activitats plantejades dins de l'aula.
E7	Entendre què es el màrqueting i les necessitats dels Clients.	Participació en les activitats plantejades dins de l'aula.
E8	Transversalitat dels conceptes en les diferents àrees de coneixement.	Treball pel pla de negoci. Participació en les activitats plantejades dins i fora de l'aula.
E14	Aplicabilitat dels materials. Adequació de les funcions a les necessitats dels Clients.	Participació en les activitats plantejades dins de l'aula.
E15	Definició d'un briefing i desenvolupament fins arribar a una proposta formal. Planificació de temps i recursos.	Participació en les activitats plantejades dins de l'aula.

8. Fonts de consulta.

a. Bibliografia i recursos d'informació.

- Creating a Business Plan: Expert Solutions to Everyday Challenges. Boston, Mass.: Harvard Business School Pub., 2007.
- Nueno, P., i Palls, C.. Compitiendo En El Siglo XXI Cómo Innovar Con Éxito. Barcelona: Gestión 2000, 1998.
- Pinson, Linda. Anatomy of a Business Plan the Step-by-step Guide to Building Your Business and Securing Your Company's Future. 7th ed. Tustin, CA: Out of Your Mind and Into the Marketplace, 2008.
- Siegel, Eric S. i Ford, Brian R.. The Ernst & Young Business Plan Guide. 2nd ed. New York: Wiley, 1993.
- Vitrac, J. i Gate, J.. La estrategia de un producto y diseño en el plan de marketing. BARCELONA: GESTION 2000, 1994.

b. Recursos didàctics i material docent.

El material docent de l'assignatura s'anirà lliurant a l'alumnat conforme es vagi necessitant. Aquest material constarà d'apunts de teoria, col·lecció de problemes i guions de treballs de recerca.

3. Programació d'activitats.

9. Temps estimat de dedicació a l'assignatura.

Dins l'aula: 40 hores

Fora de l'aula: 60 hores

10. Programació setmanal d'activitats d'aprenentatge i avaluació.

Setmana	Activitat a l'aula	Temps estimat	Activitat fora de l'aula	Temps estimat
1a setmana	Conceptes base del Pla de negoci	4,5h	Realització dels encàrrecs de desenvolupament pel pla de negoci.	6h
2a a 3a setmana	El punt de partida: la Idea	7,5h	Realització dels encàrrecs de desenvolupament pel pla de negoci.	12h
4a a 5a setmana	De la Idea al Model de Negoci	7,5h	Realització dels encàrrecs de desenvolupament pel pla de negoci.	12h
6a a 7a setmana	Dimensió econòmica i financera	7,5h	Realització dels encàrrecs de desenvolupament pel pla de negoci.	12h
8a a 9a setmana	Organització. Arquitectura d'equip. Responsabilitat jurídica	7,5h	Realització dels encàrrecs de desenvolupament pel pla de negoci.	12h
10a setmana	Estratègia digital	4,5h	Realització dels encàrrecs de desenvolupament pel pla de negoci.	6h
1a a 10a	Aula Oberta	1h		
Total dedicació		40h		60h