



## Guía docente

# 220564 - 220564 - Emprendeduría Técnica

Última modificación: 11/04/2025

**Unidad responsable:** Escuela Superior de Ingenierías Industrial, Aeroespacial y Audiovisual de Terrassa

**Unidad que imparte:** 732 - OE - Departamento de Organización de Empresas.

**Titulación:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA DE ORGANIZACIÓN (Plan 2012). (Asignatura obligatoria).

**Curso:** 2025

**Créditos ECTS:** 5.0

**Idiomas:** Catalán, Castellano

## PROFESORADO

**Profesorado responsable:** MANEL RAJADELL CARRERAS

**Otros:**

## COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

### Específicas:

1. Aplicar teorías y principios propios de la dirección general de una organización con el objetivo de analizar situaciones complejas y de incertidumbre, y tomar decisiones mediante herramientas de ingeniería
2. Identificar, analizar, diagnosticar, diseñar e implementar soluciones en sistemas sociotécnicos complejos.
3. Analizar los riesgos y las consecuencias de las soluciones propuestas en los diversos subsistemas empresariales y su entorno social y ambiental.
4. Desarrollar un plan de negocio en un contexto emergente.

### Genéricas:

5. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios con el objetivo de tomar decisiones a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
6. Capacidad de comunicar eficientemente sus conclusiones, los conocimientos y las razones últimas que las sostengan a públicos especializados y no especializados, de manera clara y sin ambigüedades.
7. Capacidad para operar y liderar grupos multidisciplinares y multiculturales, con habilidades de negociación, de trabajo en grupo, de relaciones en un entorno internacional, y de resolución de conflictos.
8. Capacidad para entender el impacto de las soluciones de la ingeniería en un contexto social y global.



## METODOLOGÍAS DOCENTES

El desarrollo de la metodología docente comprende tres partes:

Sesiones de carácter presencial de exposición de los contenidos.

Sesiones de carácter presencial de trabajo práctico (Ejercicios y problemas).

Trabajo autónomo de estudio y realización de Ejercicios y Actividades.

En las sesiones de exposición de los contenidos, el profesor introducirá las bases teóricas de la materia, conceptos, casos, métodos y resultados ilustrándolos con ejemplos convenientes para facilitar su comprensión.

En las sesiones de trabajo práctico en el aula, el profesor guiará a los estudiantes en la aplicación de los conceptos teóricos para la resolución de problemas, potenciando en todo momento el razonamiento crítico. Se propondrán ejercicios que los estudiantes resolverán tanto dentro como fuera del aula, con el fin de favorecer el contacto y la utilización de las herramientas básicas necesarias para la resolución de problemas y casos.

Los estudiantes, de forma autónoma, han de trabajar el material proporcionado por el profesor y el resultado de las sesiones de trabajo-problemas con el fin de asimilar y fijar los conceptos. El profesor proporcionará un plan de estudio y de seguimiento de Actividades (ATENEA).

Los grupos de trabajo deben ser formados por los alumnos de manera que las posibles circunstancias personales o las obligaciones laborales deben ser resueltas por los propios estudiantes.

## OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

La asignatura está orientada a la elaboración de un Plan de Empresa con vistas a la creación de una empresa. Propone una aplicación de conocimientos de otras asignaturas del área de las finanzas, el marketing o los recursos humanos. Se propone al alumno la creación de su plan de empresa construido sobre su propia idea y siguiendo una determinada metodología. En esta asignatura se pretende despertar un espíritu creativo y activo frente a las oportunidades de negocio. Para ello, se parte de una reflexión inicial: "las buenas ideas generan buenos negocios, y un buen negocio necesita un buen plan de empresa. Sin embargo, un buen plan de empresa no puede convertir una mala idea en un buen negocio".

## HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo grande	8,0	6.40
Horas actividades dirigidas	22,0	17.60
Horas grupo pequeño	15,0	12.00
Horas aprendizaje autónomo	80,0	64.00

**Dedicación total:** 125 h



## CONTENIDOS

### Módulo 1: Definiciones generales

**Descripción:**

Introducción: empresa y empresario, Concepto de organización. Misión y objetivos de la organización. Concepto de empresa. Misión y objetivos de la empresa. El riesgo empresarial: económico y financiero. Dimensión de la empresa. Concentración de empresas. Concepto de empresario y emprendedor. Fases en la creación de una empresa.

**Dedicación:** 15h

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo pequeño/Laboratorio: 1h

Actividades dirigidas: 3h

Aprendizaje autónomo: 10h

### Módulo 2: Idea y oportunidad de negocio

**Descripción:**

La idea de negocio. Métodos de generación de ideas. Observación del entorno: la vida económica, el trabajo, la vida cotidiana, los cambios sociales, las ideas de los demás (franquicias). Idea y oportunidad de negocio. Validación de la idea de negocio. Empresas virtuales. Pasar de una idea a un proyecto concreto. Análisis interno y externo. Matriz DAFO. Estrategia.

**Dedicación:** 16h

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Actividades dirigidas: 3h

Aprendizaje autónomo: 10h

### Módulo 3: Decisiones a largo plazo

**Descripción:**

Elección de la forma jurídica. Criterios. Sociedades mercantiles. Localización de empresas: método cualitativo por puntos, modelo de Hitchcock, modelo de Weber. Elección del nombre de la empresa. La marca. Objetivos de las marcas. Características de una buena marca. Marcas genéricas. Licensing: concepto. Plan de Operaciones: Distribución en planta. Diseño del proceso y de las instalaciones. Capacidad. Almacenes.

**Dedicación:** 23h

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo pequeño/Laboratorio: 3h

Actividades dirigidas: 4h

Aprendizaje autónomo: 15h

### Módulo 4: Plan d Marketing

**Descripción:**

Actores del mercado: consumidor, comprador, prescriptor y competencia. Fases de un estudio de mercado. El preu. Estrategias de precios. Descuentos. Discriminación de precios. Canales de distribución. El producto: imagen y atributos. Punto de venta. Merchandising. Publicidad y ventas. Plan de comunicación.

**Dedicación:** 24h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 3h

Actividades dirigidas: 4h

Aprendizaje autónomo: 15h



## Módulo 5: Plan de Recursos Humanos

### Descripción:

Diseño del puesto de trabajo y de coordinación. Estructura Organizativa. Estructuras organizativas. Tipos de estructuras. Creación de empresas y estructura organizativa. Mecanismos fundamentales de coordinación. Estructura formal: organigramas. Estructura informal de la empresa. La organización como un sistema de flujos regulados. Visión global.

### Dedicación: 24h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 3h

Actividades dirigidas: 4h

Aprendizaje autónomo: 15h

## Módulo 6: Plan económico y financiero. Plan de contingencias

### Descripción:

Plan económico financiero.

Cuenta de Resultados Previsional (por años). Balance de situación previsional (por años). Plan de Financiación. Plan de Tesorería.

Análisis del proyecto de inversión: TIR, VAN, Pay Back. Medidas de control: ratios económicos y financieros. Ratios previsionales: Altman, Beaver i Parés.

Plan de Contingencias.

### Dedicación: 23h

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo pequeño/Laboratorio: 3h

Actividades dirigidas: 4h

Aprendizaje autónomo: 15h

## SISTEMA DE CALIFICACIÓN

La nota final del curso depende de los siguientes actos de evaluación:

Examen, peso: 50%

Test, peso: 20%

Trabajo, peso: 30%

Todos aquellos estudiantes que no puedan asistir al examen o al test, o que quieran mejorar sus resultados, tendrán la opción de recuperarlos en un examen final.

## BIBLIOGRAFÍA

### Básica:

- Rajadell, Manel. Creación de empresas [en línea]. 3a ed. Barcelona: Edicions UPC, 2009 [Consulta: 18/04/2023]. Disponible a: <http://hdl.handle.net/2099.3/36602>. ISBN 9788498803747.

- Rajadell, Manel. Creatividad: emprendimiento y mejora continua [en línea]. Barcelona: Reverté, 2019 [Consulta: 15/06/2022].

Disponible a :

[https://www.ingebook-com.recursos.biblioteca.upc.edu/ib/NPcd/IB\\_BooksVis?cod\\_primaria=1000187&codigo\\_libro=8351](https://www.ingebook-com.recursos.biblioteca.upc.edu/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=8351). ISBN 9788494949357.

## RECURSOS

### Material audiovisual:

- --. Recurso



**Otros recursos:**

Los recursos disponibles en la plataforma son:

- Apuntes en formato texto de cada uno de los módulos del curso. Contenidos del libro expuestos en formato libro: teoría, ejemplos prácticos y formularios.
- Diapositivas en formato Power Point. Para cada módulo del curso se publican las diapositivas de clase.
- Documento de dudas más frecuentes. En este documento se hace un listado de las preguntas más frecuentes de los últimos cursos.
- Casos de planes de empresa. Estos casos corresponden a modelos de planes de operaciones, marketing, recursos humanos y plan económico y financiero.
- Fotocopias entregadas en clase. Los contenidos de las fotocopias forman parte de la evaluación.
- Vídeos en: [www.youtube.com/user/manelrajadell](http://www.youtube.com/user/manelrajadell)

Todo este material no sustituye los contenidos de las clases. El curso funciona en régimen semi-presencial, no es un curso online. Para la asistencia a clase es muy recomendable disponer de los apuntes correspondientes a los temas que se expongan en las sesiones teóricas.