



# Guía docente

## 310284 - 310284 - Seminario Inmobiliario

Última modificación: 30/06/2024

**Unidad responsable:** Escuela Politécnica Superior de Edificación de Barcelona  
**Unidad que imparte:** 753 - TA - Departamento de Tecnología de la Arquitectura.

**Titulación:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN DESARROLLO Y GESTIÓN DE ACTIVOS INMOBILIARIOS (Plan 2024).  
(Asignatura obligatoria).

**Curso:** 2024      **Créditos ECTS:** 5.0      **Idiomas:** Castellano

### PROFESORADO

**Profesorado responsable:** Vicenç Fernández Alarcón  
Lucas Piatti

**Otros:** Rolando Biere

### CAPACIDADES PREVIAS

Las definidas de acceso al máster.

### REQUISITOS

Los definidos para el acceso al máster

### METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases magistrales y de actualidad económico inmobiliaria  
Clases inversas  
Estudio de caso  
Talleres en grupo  
Ponentes invitados y visitas a/de organizaciones

### OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Conocer los pasos metodológicos para analizar una inversión inmobiliaria, diseñar el plan de negocio de un servicio inmobiliario y emprender una investigación científica en el campo inmobiliario. En todos los casos identificando los retos, oportunidades y amenazas del sector producidas por la globalización, las nuevas formas de inversión, la revolución tecnológica, el cambio climático, los cambios demográficos, culturales y socioeconómicos.

### HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo mediano	25,0	20.00
Horas grupo grande	20,0	16.00
Horas aprendizaje autónomo	80,0	64.00

**Dedicación total:** 125 h



## CONTENIDOS

### Metodología de análisis de una inversión inmobiliaria

**Descripción:**

Caso de estudio de la adquisición de un activo para su optimización mediante rehabilitación con criterios ESG, optimización de espacios y cambios de uso. Análisis del CAPEX, OPEX, TIR, Incremento de Valor, estrategia comercialización para su explotación y desinversión.

Introducción a la metodología de planes de negocio.

Análisis del mercado inmobiliario.

Diseño del servicio inmobiliario.

Estrategias de marketing y ventas.

Plan financiero y viabilidad.

Implementación y gestión.

**Dedicación:** 15h

Grupo grande/Teoría: 15h

### Metodología para un emprendimiento en servicios inmobiliarios

**Descripción:**

Fundamentos de emprendimiento

Los modelos de negocio

El mercado y los clientes en proyectos de emprendimiento inmobiliario

El funcionamiento interno en los proyectos de emprendimiento inmobiliario

La financiación en proyectos de emprendimiento inmobiliario

**Dedicación:** 15h

Grupo grande/Teoría: 15h

### Metodología científica en el campo inmobiliario

**Descripción:**

Características y requerimientos de la investigación científica

Identificación de vacíos de conocimiento

Pasos de una investigación científica

Aproximación deductiva e inductiva

Métodos cuantitativos, cualitativos y mixtos

Caso de estudio aplicado el análisis de la evolución de la estructura de precios residenciales

Ciencia abierta y ciencia para soportar políticas públicas y privadas

**Dedicación:** 15h

Grupo grande/Teoría: 15h

## SISTEMA DE CALIFICACIÓN

Participación: 30,0%

Aplicación de conceptos: 20,0%

Creatividad e innovación: 30,0%

Presentación: 20,0%



## **NORMAS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRUEBAS.**

---

Es obligatorio asistir, por lo menos, al 80% de las clases

Cada uno de los módulos realizará una evaluación. La calificación final será la media ponderada de los tres.

## **BIBLIOGRAFÍA**

---

### **Básica:**

- García Almirall, P., & Mas, J.. Gestión inmobiliaria: un enfoque de marketing. Editorial UPC, 2022.
- Ybarra, E., & Acosta Sorge, I.. El Negocio inmobiliario : claves para el éxito en el sector. Pirámide, 2021.
- Ries, Eric; San Julián Arrupe, F. Javier. El Método Lean Startup : cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Barcelona: Deusto, 2012. ISBN 842340949X.
- Thiel, Peter A. De cero a uno: cómo inventar el futuro. Barcelona: Gestión 2000, 2015. ISBN 9788498753530.
- Blank, Steven G; Dorf, Bob. El Manual del emprendedor : la guía paso a paso para crear una gran empresa. Primera edición en colección Booket. Barcelona: Gestión 2000, febrero de 2016. ISBN 9788498754223.