



# Guía docente

## 220116 - COE - Creación y Organización de Empresas

Última modificación: 19/04/2023

**Unidad responsable:** Escuela Superior de Ingenierías Industrial, Aeroespacial y Audiovisual de Terrassa  
**Unidad que imparte:** 732 - OE - Departamento de Organización de Empresas.

**Titulación:** GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES (Plan 2010). (Asignatura obligatoria).

**Curso:** 2023      **Créditos ECTS:** 3.0      **Idiomas:** Catalán, Castellano

### PROFESORADO

---

**Profesorado responsable:** JORDI PRATS MORENO

**Otros:**

### CAPACIDADES PREVIAS

---

Para el seguimiento de esta asignatura no se necesitan conocimientos específicos previos, con la excepción del dominio de la plataforma Atenea. Debido a la estructura de la asignatura, el conocimiento de algunos conceptos (marketing y finanzas, por ejemplo), facilitará el trabajo del alumno.

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

---

**Específicas:**

CE17-INDUS. Conocimientos aplicados de organización de empresas. (Módulo común a la rama industrial)

**Transversales:**

2. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN - Nivel 3: Utilizar conocimientos y habilidades estratégicas para la creación y gestión de proyectos, aplicar soluciones sistémicas a problemas complejos y diseñar y gestionar la innovación en la organización.

### METODOLOGÍAS DOCENTES

---

La metodología docente se divide en tres partes:

- Sesiones presenciales de exposición de los contenidos.
- Sesiones presenciales de trabajo práctico (casos y ejercicios prácticos).
- Trabajo autónomo de estudio y realización de ejercicios y actividades.

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

En las sesiones de trabajo práctico en el aula, el profesorado guiará al estudiante en la aplicación de los conceptos teóricos para la resolución de casos y problemas, fundamentando en todo momento el razonamiento crítico. Se propondrán ejercicios que los estudiantes resuelvan en el aula y fuera del aula, para favorecer el contacto y utilización de las herramientas básicas necesarias para la resolución de problemas.

El estudiante, de forma autónoma o en grupo (según cada caso), tiene que trabajar el material proporcionado por el profesorado y el resultado de las sesiones de trabajo-problemas para asimilar y fijar los conceptos. Se realizará a lo largo del curso un trabajo de Creación de una Startup relacionada con algún sector productivo o de servicios. El profesorado proporcionará un plan de estudio y de seguimiento de actividades (ATENEA).



## OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

La asignatura está orientada a conocer cómo generar una Startup a partir de una idea inicial, siguiendo el método Lean Startup con sus fases y elaborar un Plan de Empresa.

## HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

| Tipo                       | Horas | Porcentaje |
|----------------------------|-------|------------|
| Horas grupo mediano        | 14,0  | 18.67      |
| Horas grupo grande         | 16,0  | 21.33      |
| Horas aprendizaje autónomo | 45,0  | 60.00      |

**Dedicación total:** 75 h

## CONTENIDOS

### Módulo 1. Introducción. La empresa

**Descripción:**

El método Lean Startup.

El análisis de situaciones empresariales a través del método del caso.

**Dedicación:** 4h

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo mediano/Prácticas: 1h

Aprendizaje autónomo: 2h

## Módulo 2. La idea y la oportunidad de negocio

### Descripción:

- La idea de negocio. Inicio del proyecto de Lean Startup.
- Métodos de generación de ideas. Observación del entorno, la vida económica, el medio de trabajo, la vida cotidiana, los cambios sociales, las ideas de los demás, el interés personal y los hobbies, la deserción del empleo actual.
- Idea y oportunidad de negocio. Validación de la idea de negocio.
- Pasar de una idea a un proyecto concreto.
- Análisis interno y externo. Matriz DAFO y estrategia. Objetivos de la empresa.

### Objetivos específicos:

Al finalizar el estudio de este módulo el alumno habría de ser capaz de:

1. Describir de una forma sistemática el origen de la creación de una empresa: la idea. Aportar referencias y conceptos propios de las técnicas de estimulación de la creatividad.
2. Proponer una clasificación para la generación de ideas.
3. Estudiar distintos perfiles de emprendedor. Comparar la figura de emprendedor con la de empresario. Exponer ejemplos.
4. Estudiar y proponer mecanismos de selección de ideas.
5. Conocer la diferencia entre idea de negocio y oportunidad de negocio. Evaluar oportunidades de negocio.
6. Conocer algunas herramientas útiles para el planteamiento de la estrategia de la empresa y el análisis del entorno.

**Dedicación:** 22h 30m

Grupo grande/Teoría: 4h 30m

Grupo mediano/Prácticas: 4h

Aprendizaje autónomo: 14h

## Módulo 3. Decisiones a largo plazo: forma jurídica, elección del nombre, localización

### Descripción:

- Introducción: decisiones a largo plazo.
- Elección de la forma jurídica. Criterios jurídicos de clasificación. Principales tipos de formas jurídicas: Sociedad anónima, sociedad de responsabilidad limitada y civil, SNE, cooperativa.
- Localización. Condicionantes, factores y métodos de localización industrial.
- Elección del nombre de la empresa. El proceso para la creación de nombres para la empresa.
- La marca. Objetivos de las marcas. Características de una buena marca.

### Objetivos específicos:

Al finalizar el estudio de este módulo el alumno habría de ser capaz de:

1. Conocer las características de las distintas formas jurídicas para poder escoger la más apropiada en la creación de una empresa.
2. Conocer los conceptos relativos a nombres y marcas, para la creación de una empresa.
3. Conocer las metodologías cualitativas más comunes para la localización de una empresa.

**Dedicación:** 16h 30m

Grupo grande/Teoría: 3h 30m

Grupo mediano/Prácticas: 3h

Aprendizaje autónomo: 10h



#### Módulo 4. El Plan de Marketing

##### Descripción:

- Introducción: el mercado. Actores del mercado: consumidor, comprador, prescriptor. competencia.
- Fases para la coordinación de un estudio de mercado.
- El precio. Estrategias de precios. Descuentos. Discriminación de precios.
- La distribución: canales, funciones y tipos de distribución
- 
- El producto. Imagen y atributos del producto.
- Publicidad y ventas. Plan de publicidad. Estudio del punto de venta: merchandising.

##### Objetivos específicos:

Al finalizar el estudio de este módulo el alumno habría de ser capaz de:

1. Describir los actores del mercado: compradores, prescriptores y competidores.
2. Conocer las técnicas propias de los estudios de mercado, incidiendo en aspectos metodológicos y señalando su utilidad específica.
3. Definir y clasificar el producto. Establecer y presentar sus atributos
4. Conocer las estrategias y las alternativas para la determinación de las políticas de precios.
5. Conocer los elementos que intervienen en la distribución.
6. Establecer el plan de comunicación y el presupuesto para la futura empresa.

**Dedicación:** 10h 30m

Grupo grande/Teoría: 2h 30m

Grupo mediano/Prácticas: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

#### Módulo 5. Recursos Humanos y estructura organizativa

##### Descripción:

- Introducción: los recursos humanos en la empresa.
- Diseño del puesto de trabajo y de coordinación.
- Creación de empresas y estructuras organizativas. Partes de la coordinación. Tipos de estructuras. Mecanismos fundamentales de coordinación.
- Estructura formal: organigramas. Estructura informal de la empresa. La organización como sistema de flujos regulados. Las constelaciones de trabajo. Visión global.

##### Objetivos específicos:

Al finalizar el estudio de este módulo el alumno habría de ser capaz de:

1. Conocer los contenidos de un análisis y descripción de puestos de trabajo, justificando su utilidad, la información que de ello se deriva y su formato de presentación.
2. Conocer las partes de una organización y los tipos de estructuras organizativas, así como los mecanismos fundamentales de coordinación de una organización.

**Dedicación:** 4h

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo mediano/Prácticas: 1h

Aprendizaje autónomo: 2h



## Módulo 6. Plan económico y financiero

### Descripción:

- Introducción.
- Estados financieros previsionales: Cuenta de Resultados y Balance de Situación (por años).
- Plan de Financiación. Plan de Tesorería.
- Análisis del proyecto de inversión: VAN, TIR, Pay back
  
- Medidas de control: ratios económicos y financieros. Estructura equilibrada de un balance.
  
- Medidas previsionales de control: test de Altman, investigación de Beaver, la desagregación de Parés.
- Fórmulas de financiación de la empresa: largo (préstamos hipotecarios y lesaing) y corto plazo.

### Objetivos específicos:

Al finalizar el estudio de este módulo el alumno habría de ser capaz de:

1. Elaborar los documentos imprescindibles en todo Plan de Empresa: Cuenta de Resultados Previsional, Balance de Situación Previsional y Previsión de Tesorería.
2. Acotar el riesgo a asumir y conocer en qué niveles económicos se sitúa el proyecto empresarial.
3. Diseñar unos estados financieros equilibrados, aptos para ser presentados ante potenciales inversores o entidades de crédito.
4. Conocer unas herramientas básicas para medir "la salud" económica y financiera de la empresa en la fase inicial, así como las herramientas del análisis para el proyectos de inversión de la creación de la empresa.

### Dedicación: 17h 30m

Grupo grande/Teoría: 3h 30m

Grupo mediano/Prácticas: 3h

Aprendizaje autónomo: 11h

## SISTEMA DE CALIFICACIÓN

---

La evaluación de esta asignatura constará de dos partes:

1. Examen escrito de conceptos y contenidos prácticos (resolución de casos).
2. Entrega de trabajos personales o de grupo.

Detalle de la evaluación

1. Examen escrito de conceptos y contenidos prácticos (resolución de casos).

Se realizarán 2 parciales con materia eliminatória para cada parcial. No existirá un examen final de toda la materia.

- 1r parcial: Tendrá 2 partes. Examen conceptual: 17,5% de la nota + Examen de contenidos prácticos: 12,5% de la nota = 30% de la nota
- 2n parcial: Tendrá 2 partes. Examen conceptual: 17,5% de la nota + Examen de contenidos prácticos: 12,5% de la nota = 30% de la nota

2. Entrega de trabajos personales o de grupo.

Entrega de trabajos durante el curso (CANVAS y PRESENTACIÓ COMERCIAL): 10% de la nota

Startup (trabajo final escrito): 20% de la nota

Video promocional del producto de la Startup: 10% de la nota

Periodos de las evaluaciones

El 1r parcial se realizará en el periodo destinado al 1r parcial. En un solo día, en el mismo examen, conceptual y contenidos prácticos.

El 2n parcial se realizará en el periodo destinado al examen final. En un solo día, en el mismo examen, conceptual y contenidos prácticos.

La fecha límite de los trabajos personales o de grupo será comunicada por el profesor a través de ATENEA al inicio del cuatrimestre.

Reconducción de resultados poco satisfactorios:

Solo habrá reconducción del 1r parcial, con una nueva prueba evaluadora con formato similar (Tendrá 2 partes. Examen conceptual: 17,5% de la nota + Examen de contenidos prácticos: 12,5% de la nota = 30% de la nota).

Se pueden presentar los estudiantes con notas inferiores a 6 en el examen 1r parcial.

La nota final de este examen será la mejor de las dos.

El examen de reconducción se realizará antes del 2n parcial, en el aula clase y en horario de clase con una duración máxima de 45 minutos. Será avisado a través de Atenea.

## 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.

- Ries, Eric. El método Lean Startup: cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Barcelona: Deusto, 2012. ISBN 9788423409495.