

ASSIGNATURES

Business for designers

La matèria "Business for Designers" té com a objectiu contextualitzar l'activitat professional del disseny en la realitat econòmica actual, així com aplicar els principals conceptes empresarials a la realitat més propera de cada alumne a través de la realització d'un Pla d'Empresa.

Al finalitzar l'assignatura, cada alumne ha d'utilitzar conceptes d'estratègia, marketing, gestió d'equips o rendibilitat, per citar alguns exemples, amb comoditat. Les presentacions públiques dels Plans d'Empresa són un objectiu addicional, ja que permeten un entorn d'experiència útil en tant que simulacre de la vida professional ordinària.

OBJECTIUS FORMATIUS

- ✗ Entendre el context econòmic i empresarial en el qual es desenvolupa l'activitat del disseny.
- ✗ Ésser capaç d'identificar oportunitats de negoci en àmbits vinculats a la innovació.
- ✗ Identificar àrees d'interès professional, realitzar-ne un estudi de mercat i construir una xarxa de contactes en aquests àmbits.
- ✗ Portar a terme la planificació d'un projecte empresarial i sentir-se empoderat per a responsabilitzar-se de la gestió d'una start-up o departament d'una empresa.
- ✗ Millorar habilitats empresarials com són les tècniques de presentació, negociació, gestió d'equips i negociació de conflictes.

Aquesta assignatura s'imparteix en: anglès

Les tutories es podran realitzar en: anglès, castellà, català

Codi

105741

Crèdits

6 ECTS

Curs

3

Semestre

1

Matèria

Continguts de l'assignatura

BLOC I: CONTEXT ECONÒMIC I EMPRESARIAL DEL SECTOR

- ✕ L'estructura i evolució de la indústria. Oportunitats de negoci i internacionalització.
- ✕ L'avantatge competitiu: identificar els factors claus d'èxit. La diferenciació.
- ✕ La importància dels valors i l'estratègia.
- ✕ La gestió de la innovació. Entorn empresarial i institucional que recolza la innovació.

BLOC II: FUNCIONAMENT D'UN PROJECTE EMPRESARIAL (PLA D'EMPRESA)

- ✕ Idea de negoci
- ✕ Estudi de mercat
- ✕ Model de negoci
- ✕ Pla de marketing
- ✕ Pla de producció
- ✕ Recursos humans
- ✕ Planificació financera
- ✕ Viabilitat financera del negoci

BLOC III: TÈCNIQUES I PROCEDIMENTS EN EL CONTEXT PROFESSIONAL DEL DISSENY

- ✕ Tècniques de presentació, negociació i gestió d'equips.
- ✕ Creació i utilització de: sol·licitud d'oferta, pressupost, albarà i factura.
- ✕ Marc legal en el qual es desenvolupen les activitats de disseny: models de contractació, propietat industrial i intel·lectual.

Metodologia docent i activitats formatives

METODOLOGIA DOCENT

La metodologia s'estructura de la següent manera:

- Estudis de cas. Els principals conceptes de gestió es contextualitzen a partir de l'estudi d'un cas d'èxit del sector, del que s'extrauen bones pràctiques. Es casos d'èxit es presenten a través d'articles de premsa escrita, televisió, cinema, Internet, etc.
- Conceptes de gestió. A partir de les bones pràctiques extretes del cas d'èxit, es presenten els principals conceptes de gestió empresarial descrits al contingut de l'assignatura.

c. Realització del Pla d'Empresa. Els alumnes traslladen els conceptes treballats al propi projecte empresarial. En aquest sentit es realitzaran uns primers exercicis a classe per resoldre dubtes i l'alumne aprofundirà en la definició de la resta del Pla d'Empresa de forma individual o en grup.

d. Context sectorial. Els alumnes prenen consciència dels recursos que tenen a la seva disposició en l'àmbit de la gestió a partir del contacte directe amb els responsables de centres tecnològics, xarxes d'emprenedors o viviers d'empreses, que ens visitaran per explicar-nos-en el funcionament o bé visitarem nosaltres per conèixer-ne les instal·lacions.

ACTIVITATS FORMATIVES

Les activitats formatives avaluable són les presentacions parcials de l'idea i model de negoci, pla de marketing, pla de producció, de recursos humans i financer, que constitueixen el 40% de la nota. La presentació final del pla d'empresa constitueix el 60% de la nota.

Avaluació

SISTEMA D'AVUACIÓ

✗ 40% de la nota en els lliuraments realitzats a partir de les activitats de classe.

✗ 60% de la nota en la redacció i presentació del Pla d'Empresa.

Els materials, casos i treballs es realitzaran en anglès.

Avaluació continuada

L'objectiu de l'avaluació continuada és que l'estudiant pugui conèixer el seu progrés acadèmic al llarg del seu procés formatiu per tal de permetre-li millorar-lo.

A partir de la segona matrícula, l'avaluació de l'assignatura podrà consistir, a decisió del professor, en una prova de síntesi, que permet l'avaluació dels resultats d'aprenentatge previstos en la guia docent de l'assignatura. En aquest cas, la qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi.

NORMATIVA GENERAL D'AVUACIÓ

✗ Per considerar superada una assignatura, caldrà que s'obtingui una qualificació mínima de 5,0.

✗ Una vegada superada l'assignatura, aquesta no podran ser objecte d'una nova avaluació.

✗ Es considerarà "No Avaluable" (NA) l'estudiant que no hagi lliurat totes les evidències d'aprenentatge o no hagi assistit al 80% de les classes sense haver justificat les absències. En cas d'absència justificada, l'estudiant s'ha de posar en contacte amb el professor en el moment de la reincorporació per determinar la recuperació de les activitats a les quals no hagi assistit.

✗ En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la

qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

PROCÉS DE REVISIÓ

La revisió es pot sol·licitar al professorat corresponent i es realitzarà durant la setmana indicada al calendari lectiu.

PROCÉS DE REAVALUACIÓ

Normativa general

- ✗ No es contemplen sistemes de reavaluació en els casos de les pràctiques externes, els TFG, i les assignatures / activitats formatives que, pel seu caràcter eminentment pràctic, no ho permeten.
- ✗ Per participar a la reavaluació l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat en un conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de dues terceres parts de la qualificació total de l'assignatura o mòdul.

Bibliografia i enllaços web

- ✗ VILADÀS, Xènia: Diseño rentable. Diez temas a debate, Index Book, 2008. ISBN: 978-84-96774-82-7.
- ✗ BCD, Barcelona Centre de Disseny: Quatre històries d'ExID (amb D de Disseny), BCD, 2008, ISBN: 978-84-612-6759-0. <http://www.bcd.es> (programes i serveis / articles i publicacions).
- ✗ MAGRETTA, Joan: Qué es el Management, Ediciones Empresa Activa, 2003. ISBN: 8495787385, 288p.; 22x14 cm (09-/2003)
- ✗ KOTLER, Philip; y ARMSTRONG, Gary: Principles of Marketing (6o edición, 1996). Hi ha traducció castellana, Mercadotecia, Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1996.
- ✗ JOHNSON, Gerry; y SCHOLLES, Kevan: Dirección estratégica: Análisis de la estrategia de las organizaciones, Prentice Hall, Madrid, 1997.
- ✗ MARTIN, Jane; y KNOOHUIZEN, Nanci: Marketing basics for designers: A sourcebook for strategies and ideas, Wiley, New York, 1995.
- ✗ OLLE, Montserrat, PLANELLAS, Marcel y otros: El Plan de Empresa: Cómo planificar la creación de una empresa, Marcombo / Boixareu Editores, Barcelona, 1997.
- ✗ PORTER, Michael, Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Pirámide, 2009

RECURSOS

- ✗ Barcelona Activa. <http://www.barcelonactiva.cat> - Eines online per a crear un pla d'empresa i serveis gratuïts d'orientació a l'emprenedor.

Competències i resultats d'aprenentatge de l'assignatura

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

Competència

- ✗ CE1. Analitzar els objectes, comunicacions i espais habitables per a detectar-hi problemes de disseny, aportar solucions alternatives i avaluar la viabilitat social, tecnològica i econòmica.

Resultats d'aprenentatge

- ✗ CE1.2. Analitzar els objectes, comunicacions gràfiques i espais com productes industrials o serveis distingint i valorant les seves aportacions innovadores.
- CE1.3. Avaluar els aspectes forts i dèbils de cada producte en relació als costos de fabricació previsibles i la seva possible incidència al mercat.
- CE1.4. Plantejar solucions alternatives per a millorar les prestacions d'un disseny, ajustar els seus costos de producció i adequar-ne la inserció al mercat.

Competència

- ✗ CE7. Demostrar comprendre els coneixements bàsics sobre els materials i els seves qualitats, i sobre processos i costos de fabricació.

Resultats d'aprenentatge

- ✗ CE7.2. Estimar els costos industrials dels materials i dels processos de fabricació a partir de les fonts d'informació pertinents.

Competència

- ✗ CE8. Demostrar comprendre els coneixements bàsics de les ciències i disciplines auxiliars del projecte de disseny, com ara l'antropometria i la fisiologia de la percepció visual, l'ergonomia, els mètodes d'avaluació de l'ús, la mercadotècnia, les tècniques de prospecció, etc.

Resultats d'aprenentatge

- ✗ CE8.2. Utilitzar la terminologia i metodologia d'anàlisi bàsica de mercadotècnia, mètodes d'anàlisi d'usabilitat i tècniques de prospecció per a interpretar informes i dialogar amb especialistes.
- ✗ CE8.3. Utilitzar alguns dels conceptes bàsics de mercadotècnia, mètodes d'anàlisi d'usabilitat i tècniques de prospecció en la formulació de programes de disseny.

Competència

- ✗ CE11. Demostrar comprendre el funcionament de l'entorn econòmic, empresarial i institucional en el qual es contracten i desenvolupen professionalment els projectes i les activitats de disseny.

Resultats d'aprenentatge

- ✗ CE11.2. Analitzar les condicions i sistemes de funcionament habituals per a la contractació externa de serveis de disseny.
- ✗ CE11.3. Definir la incorporació del disseny en l'organigrama de les organitzacions empresarials i el seu paper en aquestes.

Competència

- ✗ CE13. Planificar, organitzar, gestionar i administrar el desenvolupament de projectes de disseny, tant en el marc del treball professional autònom com en les organitzacions empresarials o institucionals.

Resultats d'aprenentatge

- ✗ CE13.1. Planificar i organitzar un projecte de disseny establint objectius, cronograma de fases i entregues i definint els agents participants o col·laboradors en el procés.

Competència

- ✗ CE14. Formular i estructurar un pla de negoci orientat al desenvolupament de productes o d'empreses i avaluar la seva viabilitat.

Competència

- ✗ CE15. Demostrar que es disposa de coneixements sobre el marc legal en el qual es desenvolupen les activitats de disseny: models de contractació, registre de patents, marques, drets d'autor, etc.

Resultats d'aprenentatge

- ✗ CE15.1. Discernir tipologies de contractació dels serveis de disseny, descriure les seves característiques i identificar en quins sectors són més freqüents cada tipologia.
- ✗ CE15.2. Analitzar el marc legal dels drets d'autoria que assisteixen al dissenyador i la protecció dels dissenys.
- ✗ CE15.3. Reconèixer quina tipologia de registre correspondria a cada tipologia de disseny.

COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

- ✗ CT1. Capacitat de comunicació oral i escrita en la llengua nativa i en altres llengües com ara l'anglès que permeti treballar en un context internacional.
- ✗ CT2. Elaborar informes professionals i treballs acadèmics.
- ✗ CT6. Capacitat per treballar en equip i aptituds per al diàleg amb els diferents agents i disciplines que poden intervenir en el desenvolupament d'un projecte de disseny.
- ✗ CT7. Capacitat per a coordinar, dirigir i liderar grups de treball al voltant d'un projecte de disseny, o bé on el disseny ocupi un lloc rellevant.
- ✗ CT8. Capacitat d'iniciativa i esperit emprenedor.
- ✗ CT11. Capacitat d'adaptació a l'entorn professional nacional i internacional i, en particular, als canvis tecnològics, socials i econòmics que es van produint.
- ✗ CT16. Demostrar que es posseeixen valors i principis deontològics propis de la professió.
- ✗ CT18. Capacitat d'autogestionar el desenvolupament d'un itinerari professional.