

Graduat Superior en Disseny
Curs acadèmic 2010-11

Programa

Assignatura
092050 **ESTRATÈGIA I GESTIÓ**

6 crèdits	4rt curs	Obligatòria General	Semestral
-----------	----------	---------------------	-----------

Llengua o llengües de docència:

Professorat: Jordi Aguilar
Javier Nieto
Georgina Curtó

1.Descriptor

Estudi del context empresarial, funcionament intern de l'empresa i procediments del medi professional perquè l'alumne se'n senti particip un cop acabi els seus estudis.

2. Continguts i objectius

L'objectiu fonamental de l'assignatura és desenvolupar els conceptes bàsics per a la formació empresarial. Es pretén una visió general, simultàniament senzilla i provocadora, per tal d'estimular la reflexió i ajudar a imaginar-se l'aplicació d'aquests conceptes bàsics a la pròpia realitat professional dels futurs dissenyadors.

També es pretén que cada alumne, juntament amb el seu grup, realitzi un Pla d'empresa.

Al finalitzar l'assignatura, cada alumne ha d'utilitzar conceptes de gestió, estratègia, estructura, sistema, identitat, marketing, mercat, segmentació, posicionament i producte, per citar alguns exemples, amb certa comoditat. El Pla d'empresa pretén ajudar a traslladar aquests conceptes a la realitat més propera de cada alumne.

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.



3. Competències que l'estudiant ha d'assolir

3.1. Competències específiques:

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.

CE12 Demostrar conèixer l'entorn institucional i associatiu del món professional del disseny i el paper que juguen les diferents entitats i agents socials.

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.

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

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.

3.2. Competències transversals:

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.

CT9 Capacitat resolutiva i de presa de decisions.

CT11 Capacitat d'adaptació a l'entorn professional nacional i internacional i, en particular, als canvis tecnològics, socials i econòmics que es van produint.



4. Temari

Bloc de contingut 1: (5 sessions)

Conceptes generals del món empresarial. Mitjançant articles d'actualitat i casos pràctics, els alumnes adquireixen un coneixement bàsic sobre macroeconomia, multinacionals i decisions empresarials a alt nivell. L'objectiu és entendre la importància del disseny i la innovació com a element diferenciador, així com conèixer l'actual panorama institucional i empresarial dedicat a aquest àmbit.

- **Tema 1.** La importància dels valors, l'estratègia i coherència en les empreses. Exemples pràctics.
- **Tema 2.** L'estructura de la indústria. Exemples de diferents sectors.
- **Tema 3.** L'avantatge competitiu: identificar els factors claus d'èxit. La diferenciació.
- **Tema 4.** La gestió de la innovació.
- **Tema 5.** Macroeconomia: els principis de l'economia, l'oferta i la demanda, els preus i la inflació.
- **Tema 6.** Entorn institucional que recolza la innovació. Conèixer les institucions i què ens poden aportar.
-

Bloc de contingut 2: (5 sessions)

Funcionament intern de l'empresa. Es treballen els conceptes bàsics sobre les diferents àrees de l'empresa i

la viabilitat financera d'un projecte. Els alumnes desenvolupen un Pla d'empresa en grup per a posar en pràctica els conceptes apresos i confrontar-se a decisions empresarials en primera persona.

- **Tema 8.** Idea de negoci
- **Tema 9.** Estudi de mercat
- **Tema 10.** Model de negoci
- **Tema 11.** Pla de producció
- **Tema 12.** Pla de marketing
- **Tema 13.** Recursos humans
- **Tema 14.** Planificació financera
- **Tema 15.** Viabilitat financera del negoci

Bloc de contingut 3: (2 sessions)

Procediments administratius i tècnics per al món laboral. En paral·lel, l'alumne aprèn a fer servir procediments bàsics com ara la creació d'un pressupost així com tècniques de presentació per a adquirir confiança en les seves activitats professionals futures.

- **Tema 16.** Tècniques de presentació.
- **Tema 17.** Creació i utilització de: sol·licitud d'oferta, pressupost, albarà i factura.
- **Tema 18.** Marc legal en el qual es desenvolupen les activitats de disseny: models de contractació, registre de patents, marques, drets d'autor, etc

Presentació i correccions del Projecte Final (1 sessió)

5. Avaluació

- 40% de la nota en l'examen final. Obligatori.
- 20% de la nota en assistència i participació a classe.
- 40% de la nota en la redacció i presentació del Pla d'empresa.

L'assistència a classe és un requisit necessari per a poder presentar-se a l'examen final.

6. Bibliografia i recursos

- Magretta, Joan. *Qué es el Management?*. Barcelona: Ediciones Empresa Activa, 2003.
 - Kotler, Philip; Armstrong, Gary. *Principles of Marketing*. Mèxic: Hall Hispanoamericana, 1996.
 - Kotler, Philip; Armstrong, Gary. *Mercadotecnia*. Mèxic: Hall Hispanoamericana, 1996.
 - Johnson, Gerry; Scholes, Kevan. *Dirección estratégica: Análisis de la estrategia de las organizaciones*. Madrid: Prentice Hall, 1997.
 - Martin, Jane; Knoohuizen, Nanci. *Marketing basics for designers: A sourcebook for strategies and ideas*. New York: Wiley, 1995.
 - Ollé, Montserrat, Planellas, Marcel [et al]. *El Plan de Empresa: Cómo planificar la creación de una empresa*. Barcelona: Marcombo / Boixareu Editores, 1997.
-

7. Metodologia

Les classe combinaran explicacions teòriques amb exercicis. La teoria es debatrà amb els alumnes i es buscarà la millor manera d'aplicar-la al treball final de cada alumne. Cada estudiant ha d'elaborar un Pla d'Empresa, un treball individual, que reculli els conceptes tractats al llarg del curs.

8. Activitats de l'estudiant

L'estudiant ha de realitzar un treball autònom al qual haurà de dedicar 50 hores aproximadament. Aquesta activitat consisteix en ampliar la informació comentada a classe, en verificar les dades en casos reals (visites i entrevistes) i en desenvolupar el treball final. El treball final és un Pla d'Empresa, per la qual cosa es demana un coneixement important de l'entorn real del món del disseny: productores, empreses, botigues, gestió, promoció, etc.



