

Guía docente del Grado en Diseño

Nombre de la Asignatura	<i>Empresa II</i>
Curso	3º
Mención	Común
Nombre del equipo docente	Dr. Federico Prats
Núm. de créditos ECTS	6
Idioma de impartición	<i>Catalán / Castellano</i>

Descripción de la asignatura / Objetivos

Negocios II es un curso avanzado que se basa en los conocimientos básicos adquiridos en Negocios I para los estudiantes de diseño. En esta asignatura, los estudiantes profundizarán en la comprensión de los conceptos empresariales y dispondrán de herramientas adicionales para crear y gestionar empresas de éxito. Los estudiantes profundizarán en temas como el análisis de mercado, la gestión financiera, la planificación estratégica y el espíritu empresarial. Aplicarán las herramientas y metodologías aprendidas en Business I para desarrollar su propia nueva empresa. Al combinar el aprendizaje teórico con aplicaciones prácticas, los estudiantes adquirirán las habilidades y conocimientos necesarios para navegar por las complejidades del mundo de los negocios en lo que respecta a la industria del diseño.

Prerequisitos establecidos en el Plan de Estudios

Haber cursado Empresa I.

Conocimientos previos necesarios

Conocimientos básicos ofimàtica (Word, Powerpoint, Excel,...) a nivel usuario.

Competencias y Resultados de Aprendizaje

El objetivo del curso es que los alumnos:

- 1. Aprendan las herramientas básicas para entender el propósito de un negocio y los elementos fundamentales para crear una empresa.*
- 2. Apliquen las herramientas aprendidas en Empresa I en la creación y desarrollo de un plan de modelo de negocio.*

Se trata de un curso práctico en el que los alumnos aprenderán haciendo. El profesor presentará la teoría en clase que luego se aplicará en un caso o proyecto real.

Competencias básicas

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, también incluye algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma

profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir y comprender datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes sepan transmitir información, ideas, problemas y soluciones tanto a un público especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias específicas. Objetivos de aprendizaje. Que el estudiante sea capaz de:

1. Aprender las herramientas para comprender la finalidad de una empresa y los elementos fundamentales para crear una empresa
2. Saber desarrollar un plan de empresa adecuado a los objetivos empresariales y realidad del mercado
3. Interpretar la situación empresarial en términos analíticos y estratégicos e interactuar con los diferentes interlocutores.
4. Elaborar un presupuesto y presentar un plan de marketing.
5. Aplicar las herramientas aprendidas en CURSO ANTERIOR (Empresa I) en la definición del modelo de negocio (Módulo I) y en el proyecto de innovación (Módulo II).
6. Aprender de los compañeros y aprender a trabajar en equipo.

Contenido

- Elaboración de Business Plan
 - Intro
 - Canvas Business Model
 - DAFO
 - CAME
 - Pestel
 - ...
 - Análisis de la Demanda (clientes)
 - TAM / SAM / SON
 - Buyer Persona
 - Empathy Map
 - ...
 - Análisis de la Oferta (competidores)
 - 4 Fuerzas de Porter
 - Mapa de Posicionamiento
 - Mapa de Localización
 - Tabla 10 principales diferencias
 - ...
 - Plan de Marketing
 - 4 P's / Marketing Mix
 - Customer Journey
 - Proyección detallada de Ingresos 5 años
 - Proyección detallada gastos de Marketing 5 años

- ...
- Plan de Operaciones
 - Mapa de Procesos
 - Localización
 - Escandallos
 - Principales costes
 - ...
- Plan de Recursos Humanos
 - Organigrama Funcional
 - Job description
 - Políticas de Recursos Humanos. Subcontratación
 - Tabla costes Recursos Humanos 5 años.
 - ...
- Lean Start Up
 - Producto Mínimo Viable
 - Entrevistas, encuestas, Focus Group
 - Testeo en mercado y rehacer el modelo
- Análisis Financiero
 - Inversión Inicial
 - Financiación de la Inversión Inicial
 - Principales hipótesis y Variables
 - Proyección Cuenta de Resultados a 5 años
 - Análisis Sensibilidad
 - Análisis Viabilidad
 - Principales Ratios
 - Cash Flow y Balances
- Análisis de Riesgos y Plan de Contingencia
- Conclusiones
- Teoría Económica:
 - Costes Fijos, Costes Variables,...
 - Punto Muerto
 - Ley de Oferta y Demanda
 - Ley Rendimientos Decrecientes
 - ...
- Conceptos básicos para ENTENDER la contabilidad
- Fiscalidad.
- Discusión Business Case
- Bolsa. Productos Derivados

El curso está diseñado para ser una experiencia de aprendizaje inmersiva. Los estudiantes aprenderán teoría y la aplicarán dentro y fuera de clase.

Los alumnos deben participar y comprometerse en clase.

También aprenden que pueden crear nuevos productos o servicios utilizando las técnicas aprendidas en clase.

A lo largo del curso se hace especial hincapié en el trabajo en equipo y en la realización de presentaciones. Se espera que todas las personas del equipo participen.

Formato de las clases

Explicación de la teoría y ejemplos de aplicación de la teoría en un caso práctico/ejemplo de empresa presentado por el profesor.

Aplicación de la teoría por el equipo, analizando y aplicando la teoría en una empresa real.

Trabajo en clase en equipo e individualmente durante la clase y después de la clase.

Las sesiones tendrán una pequeña parte teórica y una parte práctica donde se aplicará la teoría en una empresa real o nueva. Este trabajo se realizará individualmente y en equipos.

Clases de 2h horas cada una.

Las sesiones en clase combinan teoría y trabajo práctico guiado y facilitado por el profesor.

Cada tarea tendrá un requisito de dedicación diferente para el trabajo fuera de clase por parte de los equipos e individuos. Se requiere trabajo adicional fuera de clase: Aproximadamente 3 horas fuera del aula por cada una de las sesiones presenciales.

EVALUACIÓN – Actividades Formativas

¿Qué se evalúa?

Los estudiantes serán evaluados de forma continua a lo largo del curso mediante la entrega y presentación de trabajos individuales y en grupo. Se evaluará tanto el contenido como la capacidad de presentar el trabajo.

	ALUMN@S DE:		
	TODOS EL CURSO	1er SEMESTRE	2º SEMESTRE
Examen Individual (15 Oct)	15%	30%	
Primera Entrega del Business Plan (hasta Marketing incluido)	10%	20%	
Presentación Definitiva del Business Plan: Deadline depósito 9/12/25; presentaciones públicas 10 y 17 de dic y 7 de enero)	20%	40%	
Participación ACTIVA	5%	10%	
Exámen Individual 1 del 2º Sem	15%		30%
Exámen Indiv 2 del 2º Semestre	15%		30%
Exámen Final 2º Semestre	15%		30%
Participación ACTIVA	5%		10%
TOTAL	100%	100%	100%

La Participación Activa valora no sólo la presencia en clase sino las aportaciones profundas y bien argumentadas.

Convocatorias Ordinaria y Extraordinaria

Evaluación en convocatoria Ordinaria (Evaluación continuada)

Peso de las actividades de evaluación continuada

	ALUMN@S DE:		
	TODOS EL CURSO	1er SEMESTRE	2º SEMESTRE
Examen Individual (15 Oct)	15%	30%	
Primera Entrega del Business Plan (hasta Marketing incluido)	10%	20%	
Presentación Definitiva del Business Plan: Deadline depósito 9/12/25; presentaciones públicas 10 y 17 de dic y 7 de enero)	20%	40%	
Participación ACTIVA	5%	10%	
Exámen Individual 1 del 2º Sem	15%		30%
Exámen Indiv 2 del 2º Semestre	15%		30%
Exámen Final 2º Semestre	15%		30%
Participación ACTIVA	5%		10%
TOTAL	100%	100%	100%

La normativa de evaluación general de la escuela indica que para aprobar la asignatura se deben entregar obligatoriamente todos los elementos evaluables planteados y que estos deben obtener una nota mínima de 4 para poder hacer media. Si algún elemento no está presentado su nota será un NP (no presentado) y la nota final de la convocatoria ordinaria será también un NP.

Si alguno de los elementos evaluables no llega a la nota de 4, la nota final de la asignatura se evaluará como un NA.

En ambos casos la asignatura no se puede superar en convocatoria ordinaria y el alumno deberá recurrir a la convocatoria extraordinaria de acuerdo con el punto siguiente.

Evaluación en convocatoria Extraordinaria

El alumno/a que no supere la asignatura en la convocatoria ordinaria a final del periodo de clase, se podrá presentar a la convocatoria extraordinaria de recuperación, cuyas fechas están indicadas en el calendario académico.

En convocatoria extraordinaria el profesor decidirá la forma de evaluación de manera personalizada para cada alumna, en función de las circunstancias que la hayan llevado a no poder aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria. Con todo, se identifican dos casuísticas principales:

- Alumnos que han asistido de forma más o menos regular a clase y que el profesor puede acreditar un seguimiento aceptable de los contenidos de la asignatura y que han hecho entrega de parte de los trabajos requeridos: En este caso la alumna deberá completar las entregas que le falten o deberá mejorarlas para poder aprobarlos. En el caso de las pruebas escritas, si éstas están suspendidas las tendrá que repetir. El profesor puede decidir cambiar contenidos de las tareas para evitar la posibilidad de plagio, o poner alguna extra para que el alumno acredite un nivel de conocimiento mínimo de los contenidos de la asignatura.
- Alumnos que no han asistido a clase o su asistencia ha sido irregular y que prácticamente no han entregado ninguna tarea durante el curso y por lo tanto el profesor, no puede acreditar un seguimiento y conocimiento mínimo de los contenidos: En este caso, además de completar las entregas requeridas durante el curso (con modificaciones para evitar el plagio o no) y eventualmente tener que hacer alguna tarea extraordinaria, la alumna deberá someterse obligatoriamente a una prueba de nivel (examen escrito u oral, prueba práctica de taller etc.) para poder aprobar la asignatura.

Los porcentajes de ponderación y las notas mínimas a obtener de cada elemento evaluable las definirá el profesor en cada caso. El profesor informará a los afectados sobre la forma de evaluación en la convocatoria extraordinaria. Es obligación del alumnado informarse por sus propios medios de los requisitos que deben cumplir en dicha convocatoria.

Las y los alumnos tienen el deber asistir obligatoriamente a las clases. El incumplimiento de esta norma puede conllevar la pérdida del derecho a evaluación continuada (convocatoria ordinaria) de la asignatura.

En esta asignatura se aplica la normativa general indicada en las guías académicas de la ESDi y en particular con respecto a la asistencia a clase hay que saber que: El porcentaje mínimo de asistencia para mantener el derecho a la evaluación continuada es del 80%, o sea, la alumna puede tener un máximo del 20% de faltas sin justificar. En el caso de las faltas justificadas, el hecho de tener un número muy elevado de faltas de asistencia, aunque éstas sean justificadas, no exime al alumnado de tener que seguir la asignatura y la evaluación continuada de forma adecuada, es decir se deben entregar las tareas requeridas por el profesor y hacer las pruebas planificadas. Cuando el cómputo total de faltas, sumando justificadas y no justificadas llegue al 30%, el/la alumno/a también puede perder la evaluación continuada. El profesor consultará con el tutor o con coordinación académica antes de tomar y comunicar la decisión de pérdida de la evaluación continuada de una alumna.

La puntualidad al inicio de las clases es importante: Una vez transcurridos los 10 minutos de inicio de clase, de examen o entrega de trabajos, el alumno no podrá entrar en el aula excepto si puede justificar el retraso con algún documento válido. Los justificantes de retraso de Renfe Cercanías no se consideran documentos válidos para justificar una demora. Dado los retrasos frecuentes de Renfe, es necesario planificar los viajes anticipándolos para contar con un margen suficiente y llegar a clase a tiempo.

La asistencia a una clase es completa si la alumna asiste a la misma desde el principio hasta el final. Las y los alumnos que abandonen la clase antes de su finalización sin hablarlo y justificarlo al profesor, tendrán una falta de asistencia en toda la clase entera. El hecho de comunicarlo al profesor no implica necesariamente que el alumno no tenga la falta de asistencia, este hecho queda a criterio del profesor en función del motivo por el que la alumna se ausenta.

El uso de dispositivos tecnológicos (ordenadores, tablets, dispositivos móviles etc.) podrá ser restringido e incluso prohibido por el profesor si se evidencia un mal uso de estos, en particular, si se utilizan en el aula para realizar tareas ajenas a la asignatura que se imparte. Esta norma se podrá aplicar individual o colectivamente.

Fuentes de información

- Cirelli, P. (2024a). *Maldita Moda*. Maldita moda editora.
https://www.todostuslibros.com/libros/maldita-moda_978-84-09-60280-3
- Cirelli, P. (2024b). *Método Sewing de*. Maldita moda editora.
https://www.todostuslibros.com/libros/metodo-sewing_978-84-09-60699-3
- Dillon, S. (2012). *Principios de gestión en empresas de moda*. Gustavo Gili.
- Fitzpatrick, R. (2019). *El Mom Test: Cómo mantener conversaciones con tus clientes y validar tu idea de negocio cuando todos te mienten*. (V. Torras, Trad.). Independently published.
- Grande Esteban, I., & Abascal Fernández, E. (2017). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*.
- Hoyos Iruarizaga, J. (2022). *Plan financiero para start-ups: Proceso y métricas en la práctica* (1.a ed.). ESIC.
- Julier, G. (2022). *Economías del diseño*.
- Jurado Apruzzese, S., Llamas Fernández, F. J., & Baraja, A. (2021). *Lean Startup: Aplicación práctica para emprendedores, intraemprendedores y formadores*. Anaya Multimedia.
- KPMG España. (2024). *Global Fashion Drivers 2024*. KPMG España.
<https://kpmg.com/es/es/home/tendencias/2024/01/global-fashion-drivers-2024.html>
- Luquin Urtasun, D., & Pego Reigosa, G. (2018). *Creación de empresas de Moda*.
- Review, H. B. (2021). *Cómo Crear Un Plan de negocio (Serie Management En 20 minutos)*:

Presenta tu idea claramente, proyecta riesgos y recompensas, consigue la aprobación.
Harvard University Press.

- Testa, S., & Saviolo, S. (2007). *La gestión de las empresas de moda* (C. Artal Rodríguez, Trad.).

- Zorita Lloreda, E. (2015). *Plan de negocio*. ESIC.

Otras informaciones

Nota importante: El contenido de esta guía docente puede ser modificado durante el curso si el/la profesor/a lo considera necesario, de acuerdo con el desarrollo de la asignatura y las necesidades del grupo. Los cambios propuestos serán informados por el/la profesor/a en el aula antes de la publicación de la nueva guía.