**Empresa i disseny de models de negoci**

**Criteris d'avaluació**

| **CE 1 Analitzar l'activitat empresarial i emprenedora, reconèixer poder de transformació que exerceixen en la societat i reflexionar sobre el valor de la innovació i la digitalització en aquest procés, per comprendre el paper que exerceixen dins del funcionament global de l'economia actual.** |
|---|
| CA 1.1 Comprendre la importància de l'activitat empresarial i l'emprenedoria dins de l'economia actual, reconèixer el poder de transformació que exerceixen en la societat i reflexionar sobre el valor de la innovació i la digitalització. |
| CA 1.2 Analitzar el paper de la I+D+I en el desenvolupament social i empresarial identificant noves tendències i tecnologies que tenen un alt impacte en l'economia. |

| **CE 2 Investigar l'entorn econòmic i social i la seva influència en l'activitat empresarial, analitzant les interrelacions empreses-entorn i identificant estratègies viables que parteixin dels criteris de responsabilitat social corporativa, de la igualtat i la inclusió, per valorar la capacitat d'adaptació de les empreses.** |
|---|
| CA 2.1 Valorar la capacitat d'adaptació àgil, responsable i sostenible de les empreses als canvis de l'entorn i a les exigències del mercat investigant l'entorn econòmic i social i la seva influència en l'activitat empresarial. |
| CA 2.2 Conèixer els diferents tipus d'empresa, els seus elements i funcions, com també les formes jurídiques que adopten, relacionar-hi les responsabilitats legals dels propietaris i gestors i les exigències de capital. |
| CA 2.3 Identificar i analitzar les característiques de l'entorn en el qual l'empresa desenvolupa la seva activitat explicant, a partir d'aquestes, les diferents estratègies i decisions adoptades i les possibles implicacions socials i mediambientals de la seva activitat. |

| **CE 3 Reconèixer i comprendre models de negoci actuals comparant-los amb altres models tradicionals i aplicant estratègies i eines que facilitin el disseny creatiu per proposar models de negoci que aportin valor, permetin satisfer necessitats i contribuir al benestar econòmic i social.** |
|---|
| CA 3.1 Proposar un model de negoci o de gestió diferenciat que permeti donar resposta a les necessitats actuals, comparant diferents models i utilitzant estratègies i eines de disseny creatiu. |
| CA 3.2 Analitzar les característiques organitzatives i funcionals de l'empresa i analitzar, a partir d'aquestes, les decisions de planificació, gestió i optimització d'activitats, recursos i associacions clau del model de negoci. |
| CA 3.3 Analitzar i prendre decisions sobre els processos productius des de la perspectiva de l'eficiència i la productivitat i definir el suport necessari per fer realitat el model de negoci. |
| CA 3.4 Analitzar les característiques del mercat i explicar, a partir d'aquestes, la proposta de valor, canals, relacions amb clients i fonts d'ingressos del model de negoci. |

| **CE 4 Valorar i seleccionar estratègies comunicatives d'aplicació al món empresarial, utilitzant noves fórmules i obtenint la informació que es genera tant en l'àmbit intern com extern de l'empresa, per gestionar eficaçment la informació necessària en el procés de presa de decisions i la transmissió correcta d'aquestes.** |
|---|
| CA 4.1 Gestionar eficaçment la informació i facilitar el procés de presa de decisions a partir de la informació obtinguda tant en l'àmbit intern com extern de l'empresa i aplicar estratègies i noves fórmules comunicatives. |
| CA 4.2 Seleccionar estratègies de comunicació aplicades al món empresarial, utilitzant noves fórmules comunicatives que facilitin la gestió i la transmissió eficaç de la informació a altres persones. |
| CA 4.3 Exposar el projecte de model de negoci dut a terme utilitzant les eines necessàries que permetin despertar l'interès i captivar els altres amb la proposta de valor presentada. |

| **CE 5 Realitzar l'anàlisi de previsió del model de negoci dissenyat, aplicant les eines d'anàlisi empresarial necessàries per comprendre tot el procés dut a terme i validar la proposta del model de negoci.** |
|---|
| CA 5.1 Validar la proposta de model de negoci dissenyat dins d'un context determinat, definint-lo a partir de les tendències clau del moment, la situació macroeconòmica, el mercat i la competència, comprenent tot el procés dut a terme i aplicant tècniques d'estudi provisional i eines d'anàlisi empresarial. |
| CA 5.2 Determinar provisionalment l'estructura d'ingressos i costos i calcular el benefici i llindar de rendibilitat, a partir del model de negoci plantejat. |
| CA 5.3 Elaborar un pla de negoci bàsic sobre un escenari simulat concret i justificar les decisions preses. |
| CA 5.4 Analitzar i explicar la situació econòmica i financera, a partir de la informació recollida tant en el balanç com en el compte de pèrdues i guanys i indicar les possibles solucions als desequilibris trobats. |

**Sabers bàsics**

Es concreten a continuació els sabers bàsics organitzats en blocs.

| **A. L'EMPRESA I EL SEU ENTORN** |
|---|
| - L'empresari. Perfils. La importància de l'emprenedor a la societat. |
| - L'empresa: concepte, elements, objectius i funcions. Classificació de les empreses des del punt de vista econòmic. Localització i dimensió de l'empresa. Les multinacionals. Creixement de l'empresa: intern i extern. Marc jurídic que regula l'activitat empresarial: Codi de Comerç i Llei sobre societats de capital. |
| - L'entorn empresarial. Responsabilitat social corporativa. Dona i emprenedoria. Inclusió i emprenedoria. |
| - L'empresa, digitalització i innovació. I+D+I. Teories de la innovació. Tipus d'innovació. Tendències emergents. Estratègies d'innovació. |

| **B. EL MODEL DE NEGOCI I DE GESTIÓ** |
|---|
| - Empresa i model de negoci. Planificació i organització de l'empresa. |
| - La funció comercial. Segment de clients. La proposta de valor. Canals. Relacions amb clients. Fonts d'ingressos. Elements del Màrqueting Mix. Estratègies de màrqueting. La digitalització de la funció comercial. |
| - La funció productiva. Procés productiu. Eficiència i productivitat. Activitats clau. Recursos clau. Associacions clau. Estructura de costs: classificació i càlcul de costs. Economies d'escala. |
| - La gestió dels recursos humans. Formació i funcionament d'equips àgils. Habilitats que exigeix el mercat de treball. La contractació i les relacions laborals de l'empresa. L'Estatut dels treballadors. Les polítiques d'igualtat i d'inclusió en les empreses. Elements bàsics de les nòmines. |
| - Lideratge i direcció de l'empresa. Divisió del treball i departamentalització de l'empresa. Organigrames i tipus d'organigrames. |
| - La funció financera. Estructura econòmica i financera. Inversió. Valoració i selecció d'inversions. Valor Actual Net. Taxa Interna de Rendibilitat. *Pay-back* (termini de recuperació). Recursos financers. Anàlisi de fonts alternatives de finançament intern i extern. Instruments de finançament a curt i llarg termini. Autofinançament. |
| - La informació en l'empresa: obligacions comptables. Composició i valoració del patrimoni. Comptes anuals i imatge fidel. Elaboració de balanç i compte de pèrdues i guanys. Anàlisi de la situació patrimonial i la seva evolució. |

| **C. EINES PER INNOVAR EN MODELS DE NEGOCI I DE GESTIÓ** |
|---|

| |
|---|
| - El llenç de model de negoci i de gestió: concepte, àrees, blocs, utilitat i patrons de models de negoci. |
| - El punt de vista dels clients: tipus de clients, anàlisi de les necessitats. Mapa d'empatia. Neuromàrqueting. Noves tendències en la promoció de productes. |
| - La creativitat aplicada al disseny de model de negoci i de gestió. El procés de creativitat: divergència i convergència. Dinàmiques de generació de noves idees de models de negoci. |
| - La competència i nínxols de mercat. Estratègies de segmentació. Posicionament en el mercat. |
| - Les eines d'organització d'idees: pensament visual. Capacitat de síntesi. Ideació. Comunicació. Presentació de la idea. Tipus de presentació. |
| - El prototipatge: concepte i utilitat. Possibilitats de prototipatge: béns, serveis i aplicacions. |
| - Les eines de presentació d'un projecte o d'una idea. Metodologia: narració d'històries i el discurs a l'ascensor. Altres metodologies. |
| - Els escenaris: exploració d'idees, escenaris futurs i nous models de negoci. |
| - Altres eines per innovar en models de negoci i de gestió. |

| **D. ESTRATÈGIA EMPRESARIAL I MÈTODES D'ANÀLISI DE LA REALITAT EMPRESARIAL: ESTUDI DE CASOS I SIMULACIÓ** |
|---|
| - L'entorn del model de negoci. Previsió: tendències clau, en especial a les Illes Balears. Macroeconomia: variables macroeconòmiques. Competència: anàlisi de les forces competitives de Porter. |
| - L'avaluació prèvia de models de negoci: anàlisi DAFO, anàlisi provisional d'ingressos i costs i el llindar de rendibilitat. Produir o comprar. Subcontractació de serveis per l'empresa. |
| - La validació del model de negoci. *Lean Startup*. Desenvolupament de clients. Desenvolupament de producte àgil. |
| - La protecció de la idea, del producte i de la marca. Oficina Espanyola de Patents i Marques (OEPM). Oficina Europea de Patents (OEP) i Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (OMPI) |
| - La presa de decisions. Estratègies. Simulació en full de càlcul. Redacció d'un pla de negocis bàsic. |
| - L'anàlisi de resultats: estudi de mercat, anàlisi i interpretació de la informació comptable i anàlisi d'estats financers. Desequilibris patrimonials. Fons de maniobra. Ràtios financeres. |