ESTRATÈGIA *BRANDIVIDUAL*: Com aplicar tècniques d'emprenedoria i de màrqueting personal per a crear el meu futur professional.

Tipus d'assignatura

***Titulació*:** GRAU d'ADE i Gestió de la Innovació.
***Curs**: Optativa diürn*
***Trimestre**: Primer*
***Crèdits ECTS*:** 5
***Professorat**:* ALBERT ROF BERTRANS
***Idiomes d' impartició**:* Català

1.- Objectius

Objectius d'aprenentatge generals de l'assignatura.	1. Entendre el rol del màrqueting personal en la definició i consecució dels objectius professionals. 2. Dotar als participants dels coneixements i eines necessàries per a crear un futur professional d'èxit. 3. Desenvolupar una mentalitat emprenedora a l'hora de definir els objectius i estratègies de la carrera professional. 4. Saber desenvolupar un Pla de Màrqueting *Brandividual* adequat als objectius i capacitats personals, i a la realitat del mercat.

2.- Competències

2.1.- Competències generals	• G.1. Comprendre i interpretar de manera pertinent i raonada textos escrits de nivell i caràcter acadèmics i justificar amb arguments consistents les pròpies postures, així com de defensar-les públicament.

	• G.5. Treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant opinions discrepants fins assolir posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb d'altres membres de l'equip i crear nous coneixements. • G.7. Desenvolupar tasques de manera autònoma amb una correcta organització i temporalització del treball acadèmic, aplicant amb flexibilitat i creativitat els coneixements adquirits i adaptar-los a contextos i situacions noves. • G.8. Adquirir la capacitat de generar idees i solucionar problemes, tant de manera individual com col·lectiva, així com capacitat per a expressar a uns altres aquestes idees i solucions.
2.2.- Competències especifiques	• E.15. Analitzar i valorar adequadament l'entorn científic-tecnològic i econòmic en busca d'oportunitats innovadores. • E.17.Disenyar l'estratègia de màrqueting mitjançant la utilització de tècniques avançades i innovadores. • E.19. Promocionar l'autogestió com a planificació de les pròpies accions, així com la focalització i direcció de les mateixes cap a un objectiu concret.

3.- Metodologia de treball

- Classes magistrals
- Classes pràctiques amb la metodologia del cas.
- Resolució de casos individuals o en grup, exposició a classe, creació de debat i preguntes.
- Es treballarà en la creació d'un pla "*brandividual*" real.

4.- Avaluació global de l'assignatura

L'examen a fi de trimestre suposa el 20% de la nota, el 80% que resta es formarà a partir de l'elaboració i presentació a nivell individual d'un pla "brandividual", consistent en:

- Document escrit de 15-20 pàgines.
- Presentació en públic de 20'.
- Es valorarà la defensa en públic, l'explicació davant els companys dels dubtes i preguntes formulades i la resolució de les dificultats oposades.

En recuperació s'haurà de fer la prova final que computarà el 50 % de la qualificació final, i addicionalment s'haurà de lliurar, el mateix dia de la prova final, el pla "brandividual", amb document escrit de 15-20 pàgines, i que computarà el 50% de la qualificació final.

5.- Continguts

1. AUTO-CONEIXEMENT; DNA PER A FIXAR ELS OBJECTIUS DE CARRERA PROFESSIONAL ADEQUATS.

- Quins son els meus punts forts?. I els punt febles?.

- Quins son els meus talents?.

- Quines son les meves fortaleses?.

- On pertanyo?.

- Quina és la meva contribució?.

2. OPORTUNITATS ALINEADES ALS MEUS RECURSOS I CAPACITAT; EL "*DAFO PERSONAL*".

- Diagnòstic i realisme.

- Detecció d'oportunitats realistes.

3. LA MEVA PROPOSTA DE VALOR ÚNICA: "LA MEVA CORBA DE VALOR PERSONAL".

- Què em fa únic i diferent?.

- Quins son els meus punts de diferenciació?.

4. EL MEU BUSINESS MODEL CANVAS PERSONAL.

- Com guanyaré diners?.

5. EL MEU PLA BRANDIVIDUAL ESTRATÈGIC I D'ACCIONS PER A TENIR ÈXIT.

- Issues Analysis.

- Objectius.

- Estratègies.

- Accions.

- Timing.

- Pressupost.

- P&L.

6.- Recursos didàctics

- Transparències , documents i casos facilitats pel professor.
- Bibliografia bàsica:

- " **Businesss Model You**", Tim Clark, 2012.
- " **The Essential Drucker**", Peter F. Drucker, Harper Business, 2001.
- "**First, Break All the Rules**", M. Buckingham & Curt Coffman, Simon & Schuster,1999.
- "**Managers, Not MBA's**", Mintzberg, BK, 2004.
- "**Blue Ocean Strategy**: *how to create uncontested market space and make the competition irrelevant*", Chan Kim & Mauborgne, Harvard Business School publishing, 2005.
- "**The Elephant and the Flea**", C. Handy, HBS Press, 2002.