

<p style="text-align: center;">MÁSTER OFICIAL EN INVESTIGACIÓN, DESARROLLO Y CONTROL DE MEDICAMENTOS 2007-2008</p>

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura: **TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA , GESTIÓN Y
MARQUETING**

Tipo (obligatoria u optativa): **optativa**

Nº ECTS: **2.5**

Departamento: **Farmacología y Química terapèutica**

Coordinador: **Dr. Víctor Rimbau**

Profesors: **Prof. Drs. Víctor Rimbau, Montse Alavedra, Felix Berrocal**

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA:

Objetivos

En finalizar l'assignatura es persegueix que l'alumne identifiqui els procediments i habilitats crítiques necessaris per:

- Explotar económicamente las innovaciones científicas, tecnológicas, etc.
- Crear y gestionar con éxito una empresa

En este sentido, la asignatura servirá para:

- Reforzar la formación previa que el alumno pueda ya tener en relación a la innovación y su gestión
- Desarrollar las habilidades del alumno en los procedimientos críticos de gestión y en los procesos de autoaprendizaje y actualización propios
- Redactar los planos de empresa y de acción necesarios por poder transformar con opciones de éxito económico el que es una idea en una actividad empresarial.

Metodología

La asignatura persigue que el alumno se familiarice con determinados conocimientos y habilidades. Con este fin, el programa de actividades a desarrollar por los alumnos se estructurará de la manera siguiente:

- **Actividad presencial-1:** sesiones teóricas. 10 horas.
- **Actividad presencial-2:** seminarios de análisis, preparación y o/mejora de documentos. Planos de empresa. Planos d'acció. 15 horas.
- **Actividad presencial-3:** búsquedas por internet de información dirigidas por el profesor. 5horas. Los alumnos podrá también asistir a otros seminarios internos o externos que puedan complementar su formación/información.
- **Actividad no presencial-1:** Redacción de los planes de empresa y de acción. 20 hores.
- **Actividad no presencial-2:** Búsquedas de información y trabajo propio del alumno. 25 hores.

CONTENIDOS

Tema 1. La fase previa:El emprendedor, la oportunitat de negocio y la decisión de crear una empresa.

Tema 2. El mercado: Identificación del negocio y de las características del mercado, lss políticas de producto, precios, distribución y comunicación.

Tema 3. El plan de operaciones: Los recursos humanos, materiales y financieros.

Tema 4. Políticas públicas de soporte y ayuda a la creación de empresas. La forma jurídica y los trámites administrativos.

Tema 5. El Plan General de Empresa. Cuestionarios y autoevaluación de proyectos.

3. EVALUACIÓN:

- La evaluación de los alumnos será personalizada y se basará en:
- La valoración de la actitud, atención, productividad, etc. 10%.
- El seguimiento continuado de los progresos observados durante el desarrollo de los seminarios y las sesiones teóricas, así como en la realización de los problemas o ejercicios propuestos, la participación activa como son el planteamiento de dudas, la solución a dificultades planteadas por el profesor, elaboración de documentos, etc. 40%.
- El informe redactado por el alumno donde resumirá el trabajo realizado, la información recibida y las conclusiones que se derivan. 10%.
- Presentación del Plan General de Empresa preparado por el alumno durante el desarrollo del curso. 40%.

4. FUENTES D'INFORMACIÓN:

Dado que se persigue que los alumnos desarrollen habilidades para satisfacer los criterios "long life learning", la búsqueda de información, especialmente por internet, ocupará una parte importante de las tareas del curso