



Diseño y Gestión
de Planes de
Negocio
**Máster Universitario en
Dirección de Empresas**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

Asignatura: Diseño y Gestión de Planes de Negocio
Titulación: Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)
Carácter: Obligatoria
Idioma: Español
Modalidad: Presencial
Créditos: 6 créditos
Curso Académico: 2020-21
Semestre: Segundo
Grupo: MBA
Profesor: Dr. D. Francisco J Sánchez Vellvé

1 COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas

CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9: Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias generales

CG2: El alumno debe ser capaz de entender de forma sistemática la información relevante de la empresa, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, teniendo en cuenta cómo afecta a otros departamentos.

CG3: El alumno debe dominar las técnicas de análisis de información empresarial.

CG8: El alumno debe ser capaz de reconocer la necesidad del cambio en la empresa o en alguno de sus departamentos y debe tener la habilidad necesaria para gestionarlo.

CG10: El alumno debe ser capaz de aportar valor a la empresa mediante su creatividad y participación.

Competencias específicas

CE1: Comprender y manejar nuevos conceptos del área de los recursos humanos para el ejercicio y la supervisión de la dirección de equipos y personas.

CE4: Analizar la situación estratégica de una empresa y su producto o servicio, y tomar decisiones para la implementación de la estrategia de marketing plasmada en un plan de marketing.

CE6: Analizar e Interpretar la información contable, con la capacidad de usarla en la toma de decisiones en el ámbito empresarial.

CE7: Analizar e interpretar el valor contable y financiero de una empresa, y ser capaz de utilizar esa información, en la toma de decisiones en el ámbito de la empresa.

CE11: Determinar la viabilidad de una idea de negocio a partir del estudio en profundidad de todos los aspectos relacionados con la oportunidad (humanos, financieros, económicos, entorno, etc.).

CE13: Obtener, analizar y evaluar información relevante que le permita desarrollar conocimientos aplicados a las ciencias empresariales, orientados a la creación y dirección de empresas.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Comprender los requisitos que debe contener todo proyecto empresarial
- Obtener la información que debe obtenerse para la elaboración del plan de negocio,
- Entender como analizar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de un plan de negocio
- Realizar la implementación del plan de negocio
- Comprender y ejecutar el seguimiento del plan de negocio implantado
- Tomar medidas correctoras del plan de negocio

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

La asignatura abordará:

- Comprender los requisitos que debe contener todo proyecto empresarial
- Obtener la información que debe obtenerse para la elaboración del plan de negocio,
- Entender como analizar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de un plan de negocio
- Realizar la implementación del plan de negocio
- Comprender y ejecutar el seguimiento del plan de negocio implantado
- Tomar medidas correctoras del plan de negocio

2.3. Contenido detallado

- Requisitos que debe contener todo proyecto empresarial
- Información que debe obtenerse para la elaboración del plan de negocio,
- Viabilidad, factibilidad y rentabilidad.
- Implementación del plan de negocio
- Seguimiento del plan de negocio implantado
- Toma de medidas correctoras

2.4. Actividades formativas

Modalidad Presencial:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
Clase magistral y fundamentos teóricos	35	100%
Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias	10	100%
Tutoría	10	25%
Trabajo individual del estudiante	50	0%
Trabajo en grupo del estudiante	35	0%
Puesta en común de resultados y procedimientos	10	100%

Modalidad Semipresencial:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
Clase magistral y fundamentos teóricos	35	0%
Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias	10	0%
Tutoría	30	25%
Trabajo individual del estudiante	30	0%
Trabajo en grupo del estudiante	35	0%
Puesta en común de resultados y procedimientos	10	50%

Modalidad a distancia:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
Clase magistral y fundamentos teóricos	35	0%
Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias	20	0%
Tutoría	20	0%
Trabajo individual del estudiante	60	0%
Trabajo en grupo del estudiante	5	0%
Puesta en común de resultados y procedimientos	10	20%

2.5. Metodologías docentes

Modalidades Presencial y Semipresencial:

- Método del Caso
- Aprendizaje Cooperativo
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- Clase magistral

2.6. Actividades dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

- Actividad Dirigida 1 (AD1): Realización de Casos prácticos
- Actividad Dirigida (AD2): Presentación y Defensa de Trabajos (individuales o en grupos)

3. Sistema de Evaluación

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)

7,0 - 8,9 Notable (NT)

9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Modalidad Presencial:

Para superar con éxito cualquier materia/asignatura, el alumno debe aprobar el examen final presencial. Esto es, en el examen final se debe alcanzar una calificación igual o superior a 5 en una escala de 0-10, siendo 0 la nota mínima y 10 la máxima.

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima %	Ponderación máxima %
Desempeño en Trabajo individual	25	25
Desempeño en Trabajos grupales	25	25
Prueba final presencial	50	50

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima %	Ponderación máxima %
Desempeño en Trabajo individual	50	50
Desempeño en Trabajos grupales	0	0
Prueba final presencial	50	50

Modalidad semipresencial

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima %	Ponderación máxima %
Desempeño en Trabajo individual	5	5
Desempeño en Trabajos grupales	45	45
Prueba final presencial	50	50

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima %	Ponderación máxima %
Desempeño en Trabajo individual	50	50
Desempeño en Trabajos grupales	0	0
Prueba final presencial	50	50

Modalidad a distancia:
Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima %	Ponderación máxima %
Desempeño en Trabajo individual	40	40
Desempeño en Trabajos grupales	10	10
Prueba final presencial	50	50

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima %	Ponderación máxima %
Desempeño en Trabajo individual	50	50
Desempeño en Trabajos grupales	0	0
Prueba final presencial	50	50

En todo caso, la superación de cualquier materia/asignatura, sin excepción, para las tres modalidades está supeditada a aprobar las pruebas finales presenciales correspondientes.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para superar con éxito cualquier materia/asignatura, el alumno debe aprobar el examen final presencial. Esto es, en el examen final se debe alcanzar una calificación igual o superior a 5 en una escala de 0-10, siendo 0 la nota mínima y 10 la máxima.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolera en ningún caso el plagio o copia. Se considera plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

CORCHERO, JOSE
FINANZAS PARA EMPRENDEDORES
COLECCIÓN EOI EMPRESAS, 2004

DOMINGUEZ, FRANCISCO J.
CREACION DE EMPRESA: GUIA PARA EL DESARROLLO DE INICIATIVAS EMPRESARIALES
EDICIONES PIRÁMIDE (GRUPO ANAYA, S.A.), 2000.

IRIZAR, IGÑACIO
COMO CREAR UNA EMPRESA
EDICIONES DEUSTO, 2004

MARIOTTI, STEVE
THE YOUNG ENTREPRENEUR'S GUIDE TO STARTING AND RUNNING A BUSINESS
RIVERS PRESS, 2000

OSTERWALDER, ALEXANDER
GENERACION DE MODELOS DE NEGOCIO
DEUSTA, S.A. EDICIONES, 2011

SILVA, JORGE
COMO INICIAR SU PROPIO NEGOCIO, EL PERFIL DEL EMPRESARIO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (EAN), 2004

- **Bibliografía complementaria**

CHAN KIM, W.
BLUE OCEAN STRATEGY
HARVARD BUSINESS SCHOOL PRESS, 2005

DRUCKER, PETER F.
LA INNOVACION Y EL EMPRESARIO INNOVADOR
EDHASA, 1986

GALTES, MAR
AVENTURAS DE EMPRENDEDORES
LIBROS DE CABECERA S.L., 2011

KIMMEL, PAUL D.
FINANCIAL ACCOUNTING: TOOLS FOR BUSINESS DECISION MAKING
WILEY, 2003

KRASS, PETER
THE LITTLE BOOK OF BUSINESS WISDOM

WILEY, 2000

MARIOTTI, STEVE

ENTREPRENEURSHIP: STARTING AND OPERATING A SMALL BUSINESS

PRENTICE-HALL, 2013

MORAN, MIKE

**SEARCH ENGINE MARKETING, INC.: DRIVING SEARCH TRAFFIC TO YOUR COMPANY'S
WEB SITE**

IBM PRESS, 2005