



MBA
**DISEÑO Y GESTIÓN
DE PLANES DE
NEGOCIO**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA



Asignatura: Diseño y Gestión de Planes de Negocio

Carácter: Optativa

Idioma: Español

Modalidad: *Presencial / Semipresencial / Distancia*

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2016-17

Semestre: Segundo

Profesor/Equipo docente: Jorge Colvin

1. REQUISITOS PREVIOS

No se requieren requisitos previos.

2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

- 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

3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias básicas:

CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

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 genéricas:

CG1.- El alumno debe adquirir conocimientos actualizados de las distintas áreas de la empresa.

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 suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.

CG4.- El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.

CG8.- El alumno debe ser capaz de reconocer la necesidad del cambio 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.- Capacidad de comprender los conceptos fundamentales del área de dirección de personas en la empresa y perfeccionarlos de acuerdo con las últimas tendencias en el gobierno de las personas y de las organizaciones.

CE5.- Capacidad de 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.- Capacidad de comprender el proceso de toma de decisiones estratégicas de un director de marketing, desde el análisis de la situación hasta las consecuencias derivadas de su implementación, y cómo éstas condicionan la marcha y orientación de la empresa.

CE12.- Capacidad para interpretar la información contable, y tomar decisiones sobre la misma.

CE13.- Capacidad para entender cómo se valora una empresa y su estructura financiera, y tomar decisiones de gestión e inversión.

CE14.- Ser capaz de analizar e interpretar el entorno económico y cuantificar los riesgos y oportunidades que plantea en el ámbito de la empresa.

CE31.- Capacidad para 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.).

CE34.- Capacidad para adaptar los productos, servicios y procesos al entorno competitivo, en función de las nuevas tecnologías disponibles.

CE37.- Capacidad para obtener, analizar y evaluar información relevante que le permita desarrollar conocimientos aplicados a las ciencias empresariales, orientados a la creación y dirección de empresas.

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

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

Actividades formativas

Modalidad presencial.

AF1: Clase magistral y fundamentos teóricos 1,4 ECTS (35 horas)

Explicación general por parte del profesor responsable y/o sus auxiliares del marco teórico conceptual de cada módulo o materia del Máster, así como también todas aquellas orientaciones conceptuales que deben ser tenidas en cuenta por el estudiante para la consecución de un correcto aprendizaje conforme a lo planificado.

En el Campus Virtual se almacenarán los materiales y lecturas correspondientes.

AF2: Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias 0,4 ECTS (10 horas)

Explicación general aplicada al caso en la que el profesor responsable y/o sus auxiliares centran las cuestiones objeto de estudio, discusión, debate o conflicto, orientando la aplicación en la práctica de los conocimientos teóricos con los que el alumno cuenta, bien básicos por su formación previa en el Grado, bien avanzados por su profundización en el postgrado.

AF3: Tutorías 0,4 ECTS (10 horas)

Explicación personalizada o en grupos mucho más reducidos tendente a asegurar la adquisición de conocimientos y competencias concretas, la resolución de dudas teóricas o prácticas, la orientación de los enfoques y el seguimiento de los procedimientos empleados por los estudiantes en la asignatura.

AF4: Trabajo individual o en grupo del estudiante 3,4 ECTS (85 horas)

Actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves (individuales y/o en grupo), por indicación del profesor que imparte la asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

AF5: Puesta en común de resultados y procedimientos 0,4 ECTS (10 horas)

Puesta en común de los avances efectuados por cada estudiante o equipo, bien por grupos de varios equipos, bien con carácter general para todo el grupo de alumnos que constituya.

Modalidad semipresencial y a distancia

AF1: Clase magistral y fundamentos teóricos 1,4 ECTS (35 horas)

Explicación general por parte del profesor responsable y/o sus auxiliares del marco teórico conceptual de cada módulo o materia del Máster, así como también todas aquellas

orientaciones conceptuales que deben ser tenidas en cuenta por el estudiante para la consecución de un correcto aprendizaje conforme a lo planificado.

En el Campus Virtual se almacenarán los materiales y lecturas correspondientes.

AF2: Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias 0,4 ECTS (10 horas)

Explicación general aplicada al caso en la que el profesor responsable y/o sus auxiliares centran las cuestiones objeto de estudio, discusión, debate o conflicto, orientando la aplicación en la práctica de los conocimientos teóricos con los que el alumno cuenta, bien básicos por su formación previa en el Grado, bien avanzados por su profundización en el postgrado.

AF3: Tutorías 0,4 ECTS (10 horas)

Explicación personalizada o en grupos mucho más reducidos tendente a asegurar la adquisición de conocimientos y competencias concretas, la resolución de dudas teóricas o prácticas, la orientación de los enfoques y el seguimiento de los procedimientos empleados por los estudiantes en la asignatura.

Las tutorías a distancia se podrán realizar a través de los siguientes medios:

- Los foros académicos de cada asignatura, en el Campus Virtual, moderados por el profesor, con participación de todos los alumnos, donde se pueden consultar y poner en común dudas de los alumnos y respuestas por parte del profesor, amén de efectuar discusiones sobre los temas de trabajo en cada asignatura.
- El correo electrónico individual o colectivo entre estudiantes y profesor, para aclaraciones, orientaciones y presentación de trabajos, dudas o sugerencias para el mejor aprendizaje.
- La tutoría telefónica o por teleconferencia, tanto individual como en su caso en grupo, en el horario prefijado para cada módulo.
- La tutoría telepresencial por videoconferencia utilizando herramientas tipo SKYPE o ILLUMINATE, implementadas en la Universidad e integradas en las herramientas informáticas de las que dispone el profesorado, que permiten la visualización directa entre profesor y estudiante, la visualización de documentos y la retransmisión de eventos, conferencias, presentaciones y/o sesiones magistrales con intervención bilateral de estudiantes y profesores o invitados.

Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar además una tutoría presencial con el profesor correspondiente en el Campus de la Universidad Nebrija o en el lugar que se determine para ello.

AF4: Trabajo individual o en grupo del estudiante 3,4 ECTS (85 horas)

Actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves (individuales y/o en grupo), por indicación del profesor que imparte La asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

AF5: Puesta en común de resultados y procedimientos 0,4 ECTS (10 horas)

Puesta en común de los avances efectuados por cada estudiante o equipo, bien por grupos de varios equipos, bien con carácter general para todo el grupo de alumnos que constituya.

Metodologías docentes:

Modalidad presencial, semipresencial y a distancia

Se utilizarán de forma fundamental las siguientes metodologías docentes:

- MD 1 Método del Caso.
- MD 2 Aprendizaje Cooperativo.
- MD 3 Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).
- MD4 Clase magistral.

5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Modalidad presencial, semipresencial y a distancia.

Convocatoria Ordinaria:

Trabajo individual	25%
Trabajos grupales	25%
Prueba final	50%

Convocatoria Extraordinaria:

Trabajo individual	50%
Trabajos grupales	0%
Prueba final	50%

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

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, IÑACIO
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

7. CONTENIDO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TÍTULO: MBA
CURSO ACADÉMICO: 2016-17
ASIGNATURA: Diseño y Gestión de Planes de Negocio
SEMESTRE: 2º
CRÉDITOS ECTS: 6

PARTE PRIMERA: EL CAMINO DEL EMPRENDIMIENTO

Retrato de la PYME en España en un entorno globalizado (2015). Los Emprendedores ven oportunidades

El Plan de Negocio: Mapa de Ruta para el Éxito.

PARTE SEGUNDA: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Crear un Negocio a partir de una Oportunidad

PARTE TERCERA: ANÁLISIS DE MARKETING

Explorando Tu Mercado

Desarrollar el Correcto Marketing Mix Plan de Marketing

La Venta Inteligente y la Excelencia del Servicio al Cliente

PARTE CUARTA: ANÁLISIS FINANCIERO Y BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN

Entender y Gestionar una Start-up. Costes fijos y variables

Utilizando los Estados Financieros como Guía de Negocio

Cash Flows e Impuestos

Estrategia financiera

PARTE QUINTA: ANÁLISIS DE RR.HH. Y OPERACIONES

Direccionando a Aspectos Legales y Gestión del Riesgo

El Éxito en las Operaciones

Personal Clave, Liderazgo y Prácticas Éticas

PARTE QUINTA: SACAR PROVECHO DE UNA MARCA

Franquicias, Licencias y Harvesting

PARTE SEXTA: GENERAR UN MODELO DE ÉXITO. MODELO CANVAS

Generando un Modelo de Negocios que describa los fundamentos de cómo una Organización Crea, Desarrolla y Captura Valor

PARTE SÉPTIMA: PRESENTACIÓN FINAL DE APRENDIZAJE DE BUSINESS PLAN

Aplicación práctica y esquema del Business Plan.

Presentaciones finales de Business Plan