

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Master Universitario en Dirección de Empresas. MBA Executive		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Económicas y Empresariales		
Asignatura:	Plan de Negocios (Business Plan)		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	2	Código:	8034
Periodo docente:	Tercer semestre		
Materia:	Área de Desarrollo Gerencial		
Módulo:	Materias Comunes		
Tipo de enseñanza:	Semipresencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		
Equipo Docente	Correo Electrónico		
Francisco Sola Menendez	f.sola.prof@ufv.es		

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura pretende enseñar al alumno el procedimiento de elaboración de un plan de negocio, permitiéndole una visión general del mismo, incluyendo la estructura de la empresa, su entorno, planes futuros y la estrategia para tener un desempeño exitoso.

En el marco del diseño de la estrategia se aborda la descripción de la industria, los fundamentos básicos del negocio, la declaración de la misión y visión, la clarificación de los aspectos relevantes del mercado a ser atendido, la evaluación de los factores claves de éxito del negocio y la evaluación con los principales competidores. Una evaluación de los factores de riesgo dará cabida a un plan de contingencia para mitigarlos.

OBJETIVO

El objetivo final de la asignatura es preparar al alumno para la realización de un completo Plan de Negocio de una empresa ya en funcionamiento o de su propia idea de negocio, para lo que deberá estudiar en profundidad la situación económica global, del mercado, de la competencia, del consumidor, fijar unos objetivos a alcanzar y definir las estrategias que le permitirán alcanzarlos.

Del mismo modo, deberá contemplar las implicaciones económicas que dichas decisiones tendrán en el balance, cuenta de pérdidas y ganancias y flujos de caja.

Los fines específicos de la asignatura son:

Evaluar correctamente la viabilidad y rentabilidad del proyecto

Conocer cómo medir y evaluar los riesgos

Identificar diferentes flujos de efectivo del negocio

Identificar y estructurar los costes relevantes a incluir en el flujo de fondos.

Identificar las principales fuentes de financiación.

Proyectar ingresos y gastos para poder determinar un beneficio esperado

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los conocimientos adquiridos en las diferentes asignaturas del Master

CONTENIDOS

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO Y PLAN DE MARKETING

Estructura del Business Plan. Resumen ejecutivo y descripción de la compañía. Clarificación del negocio (productos y servicios). Análisis del mercado: mercado potencial, perfil del consumidor y necesidades a satisfacer. Segmentación del Target. La competencia. Ventajas competitivas. El plan de marketing. Producto, precio, distribución y promoción.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y PLAN DE OPERACIONES

Management team. Organización y recursos humanos. Descripción del proceso productivo. Plan de inversiones. Puesta en marcha. Operación y mantenimiento. El plan de operaciones.

PLAN FINANCIERO Y EVALUACIÓN DEL RIESGO

Plan financiero: construcción del flujo de fondos del proyecto. Proyección de ingresos y gastos. Evaluación de la viabilidad económica. Financiación del plan de negocios. Sensibilización y riesgo del proyecto. Sensibilidad económica y financiera. Medición y minimización del riesgo. Plan de contingencias.

PRESENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

Tips para una efectiva presentación del plan de negocios a inversores.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La asignatura se desarrolla con metodología semipresencial que combina actividades presenciales y actividades a través del Aula Virtual donde el alumno dispondrá de documentación que contribuyan a la preparación de la materia con una metodología autónoma por parte del mismo.

Se profundizará en los conocimientos teóricos y análisis casuístico de los mismos, mediante el "método del caso", la metodología de transferencia y/o simuladores de la realidad empresarial.

El equipo docente orientará las actividades y estará a disposición de los alumnos a través de tutorías presenciales y/o virtuales.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
14 horas	136 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

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.

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 estudios.

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.

Saber comunicar conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Ser capaz de afrontar situaciones de riesgo e incertidumbre respecto de la evolución futura de las variables relevantes de los diferentes proyectos que se desarrollan habitualmente en la empresa

Ser capaz de comprender y utilizar herramientas de intercomunicación personal y de obtención y tratamiento de información.

Adquirir la visión integrada de los conocimientos adquiridos en el conjunto de un proyecto empresarial

Ser capaz de obtener información relevante, analizarla y aplicarla a situaciones empresariales concretas.

Competencias específicas

Usar ratios financieros, patrimoniales y económicos para evaluar la gestión, el análisis y el diagnóstico integral de la empresa.

Comprender el proceso metodológico de formulación y evaluación de proyectos.

Aplicar una metodología formal para el estudio de la viabilidad económica de un proyecto de inversión.

Identificar las herramientas necesarias para elaborar un plan integrado de Marketing, evaluar y predecir la conducta de los clientes y formar equipos comerciales eficientes direccionados al mercado interno e internacional.

Analizar el entorno de la economía y el mercado para crear estrategias aplicables a su sector de actividad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Analiza correctamente el entorno económico y global en el que se mueve la empresa con el objetivo de desarrollar un plan de negocio que permita a la empresa alcanzar sus objetivos.

Prepara y presenta un completo Plan de Empresa

Realiza una completa previsión económica de los resultados que obtendrá la empresa al finalizar el ejercicio.

Evalúa correctamente la situación financiera actual de la empresa así como su evolución a medio y largo plazo.

Prepara y analiza estados contables iniciales y resultantes de la aplicación de las acciones de las acciones contempladas en el Plan de Negocio.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación será:

Elaboración de un Business Plan 60%

Presentación y defensa del Business Plan (EPBP) 40%

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

TEMIÑO AGUIRRE, I; PUEBLA SANCHEZ, I; SOLA MENENDEZ, F; El Plan de Empresa, La creación de empresas y el emprendimiento. Universidad Francisco de Vitoria, 2014