



**GUIA DOCENTE 2016-17**

**Desarrollo profesional III**

Julio 2016



Centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

## DATOS GENERALES

<b>Nombre del curso:</b>	<b>Desarrollo profesional III</b>
<b>Código:</b>	801125
<b>Curso:</b>	2016-17
<b>Titulación:</b>	Grado en Administración y Dirección de Empresas
<b>Nº de créditos (ECTS):</b>	6
<b>Requisitos:</b>	
<b>Ubicación en el plan de estudios:</b>	3er curso, 1r cuatrimestre
<b>Fecha de la última revisión:</b>	2016
<b>Profesor Responsable:</b>	Dr. Víctor Giménez García

## DESCRIPCION GENERAL DEL CURSO

La asignatura se enfoca eminentemente a desarrollar las habilidades y competencias profesionales de los estudiantes en dos ámbitos: la emprendeduría y la dirección general estratégica. El apartado de emprendeduría se desarrolla generando los propios alumnos un modelo de negocio real para desarrollar posteriormente los diferentes apartados del plan de empresa a lo largo del curso. El desarrollo de competencia en dirección general estratégica se desarrolla mediante el uso de un simulador de negocios (*business game*) de forma que los alumnos son responsables de la toma de decisiones de una empresa, la cual compete con otras empresas a lo largo de un proceso iterativo durante varios periodos. Este proceso permite analizar de forma iterativa los resultados obtenidos a partir de las decisiones propias y las de la competencia. Se trata pues de una asignatura eminentemente de trabajo en grupo e individual por parte de los alumnos para el desarrollo de competencias profesionales tan importantes en el mundo empresarial como son el emprendimiento y la capacidad de gestión.

## OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Identificar y representar mediante el modelo Canvas una idea de negocio
- Analizar los macro y micro-factores que afectan la creación de un nuevo negocio de forma que puedan identificarse las oportunidades empresariales y estrategias más adecuadas
- Desarrollar los diferentes subplanes asociados a la confección de un plan de empresa: marketing, operaciones, RRHH, económico-financiero y jurídico
- Tomar decisiones en los diferentes ámbitos de una empresa de acuerdo a una estrategia global en un entorno competitivo
- Analizar la información de las diferentes áreas de negocio para la toma de decisiones
- Definir estrategias personalizadas para el caso de cada empresa a partir del análisis externo e interno.

## CONTENIDOS DEL CURSO

### TEMA 1: EL MODELO DE NEGOCIO

#### Objetivos Específicos

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

1. Identificar y definir una idea de negocio
2. Identificar y definir la propuesta de valor y el modelo de negocio global
3. Emplear el modelo Canvas para modelar una idea negocio

#### Contenido

- 1.1. La idea
- 1.2. Propuesta de valor
- 1.3. Clientes
- 1.4. Canales de distribución y comunicación
- 1.5. Relaciones con el cliente
- 1.6. Fuentes de ingresos
- 1.7. Recursos clave
- 1.8. Actividades clave
- 1.9. Socios clave
- 2.0. Costes

### TEMA 2: EL PLAN DE EMPRESA: ANÁLISIS DEL ENTORNO

#### Objetivos Específicos

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

1. Identificar y conocer los elementos externo a la empresa que la condicionarán en su funcionamiento y definición
2. Analizar el mercado dónde realizará la actividad la empresa
3. Identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del nuevo negocio para justificar el nicho de mercado
4. Definir la opción estratégica más adecuada de acuerdo al nicho de mercado identificado

#### Contenido

- 2.1 El entorno económico
- 2.2 El entorno socio-cultural
- 2.3 Entorno político-legal
- 2.4 Entorno tecnológico
- 2.5 El mercado: clientes potenciales
- 2.6 El mercado: competidores
- 2.7 DAFO y justificación del nicho de mercado
- 2.8 Planificación estratégica

### TEMA 3: PLAN DE MARKETING

#### Objetivos Específicos

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

1. Identificar el segmento al que se dirigirá el producto o servicio y el posicionamiento a lograr
2. Diseñar el marketing-mix de la empresa
3. Realizar un plan de acciones para ejecutar el marketing mix

#### 4. Realizar una previsión de ventas bajo diferentes escenarios

##### Contenido

- 3.1 Segmentación y posicionamiento
- 3.2 Objetivos del plan de marketing
- 3.3 Definición del producto/servicio
- 3.4 Política de precios
- 3.5 Política de comunicación
- 3.6 Política de distribución
- 3.7 Previsión de ventas

#### TEMA 4: PLAN DE OPERACIONES

##### Objetivos Específicos

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

1. Determinar/describir la ubicación para su idea de negocio así como la distribución operativa y los equipos e instalaciones necesarios
2. Determinar la capacidad de producción
3. Identificar los principales procesos operativos así como definir el aseguramiento de su calidad
4. Identificar los mejores proveedores así como la política de compras

##### Contenido

- 4.1 Localización del negocio
- 4.2 *Layout* y equipos e instalaciones necesarios
- 4.3 Capacidad de producción
- 4.4 Gestión de stocks y selección de proveedores
- 4.5 Principales procesos y política de calidad

#### TEMA 5: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

##### Objetivos Específicos

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

1. Definir el organigrama para su empresa y la descripción funcional de la misma.
2. Cuantificar el personal necesario así como su cualificación/requerimientos
3. Establecer la política de selección, remuneración y contratación para los trabajadores.

##### Contenido

- 5.1 Organigrama y descripción funcional
- 5.2 Cuantificación y cualificación del personal y política de selección
- 5.3 Política de Contratación y remuneración
- 5.4 Evaluación del desempeño y formación

#### TEMA 6: PLAN ECONOMICO-FINANCIERO Y JURÍDICO

##### Objetivos Específicos

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

1. Decidir la forma jurídica de la empresa así como los principales trámites y costes de constitución
2. Determinar la cantidad a invertir, el fondo de maniobra operativo inicial necesario y su financiación
3. Determinar los flujos de tesorería estimados para el primer año.
4. Evaluar la viabilidad económica de la inversión a partir de los cash-flow anuales estimados
5. Calcular el punto muerto del negocio

### Contenido

- 6.1 Elección de la forma jurídica: forma societaria o empresario individual
- 6.2 Plan de inversiones
- 6.3 Plan de financiación
- 6.4 Análisis de la inversión: VAN y TIR
- 6.5 Punto muerto
- 6.6 Cuenta de PyG y balance previsionales del primer año

## TEMA 7: DIRECCIÓN GENERAL ESTRATÉGICA: *BUSINESS GAME*

### Objetivos Específicos

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

1. Tomar decisiones coordinadas en las diferentes áreas de la empresa
2. Analizar las consecuencias de sus decisiones empresariales y los resultados de la competencia para tomar sus nuevas decisiones
3. Gestionar en equipo la toma de decisiones en las diferentes áreas y analizar los resultados empresariales
4. Diseñar planes de acción y de organización de trabajo en equipo

### Contenido

- 7.1 Toma de decisiones de producto
- 7.2 Toma de decisiones de marketing
- 7.3 Toma de decisiones financieras
- 7.4 Toma de decisiones de RRHH

## METODOLOGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El profesor expondrá en la primera parte de la clase los elementos clave de cada apartado del plan de empresa, para dedicar el resto de la sesión a trabajo en grupo para desarrollar los diferentes apartados de su propio plan de empresa así como para tomar las decisiones *business game*. Así pues, se trata de una metodología de aprendizaje basada primordialmente en el trabajo personal y colectivo a lo largo del curso trabajando sobre dos proyectos en paralelo a lo largo del curso: el plan de empresa y la toma de decisiones en el *business game*.

## EVALUACION

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 60% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 40% porcentaje restante, del examen final oral presencial. El examen final tiene dos convocatorias, aunque en segunda convocatoria el examen será escrito.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final Oral x 30% + Nota Evaluación Continuada x 70%**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

## BIBLIOGRAFIA

### *Básica:*

1. MASTRANTONIO RAMOS, P., CÁLIZ RIVERA, C., MÁRMOL PÉREZ, M., RAJADELL CARRERAS, M., CODURAS MARTÍNEZ, O., TAPIAS NADALES, X. Y PACREU TORRELLA, J. (2016 ): Cómo hacer un plan de empresa EUNCET. Editorial OmniaScience (Omnia Publisher SL) 2016

### *Complementaria:*

1. DRUCKER, P. F.(2002): La Gerencia en la Sociedad Futura. Colombia. Editorial Norma.
2. HILL, C.W.L. (2001): Negocios Internacionales. Competencia en un Mercado Global. 3ra Edición. México, Editorial McGraw-Hill.
3. JOHNSON, G. y SCHOLES, K. (2001): Dirección Estratégica. Madrid. Prentice Hall.
4. JOHNSON, G. y SCHOLES, K. (2001): Dirección Estratégica. Madrid. Prentice Hall.
5. KALAKOTA, R. y ROBINSON, M.(2001): Del E-Commerce al E-Business. El Siguiente Paso. México, Pearson Educación.
6. KAPLAN, R. S. y NORTON, D.P. (2001): Cómo Utilizar el Cuadro de Mando Integral para Implementar y Gestionar su Estrategia. Barcelona, Editorial Gestión 2000.