



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# GUÍA DOCENTE 2019-20

DESARROLLO PROFESIONAL III

Julio 2019

# DATOS GENERALES

<b>Asignatura:</b>	<b>Desarrollo profesional III</b>
<b>Código:</b>	801125
<b>Curso:</b>	2019-20
<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>	Julio 2019
<b>Profesor Responsable:</b>	Dr. Víctor Giménez García

## 1 DESCRIPCIÓN GENERAL

---

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.

## 2 OBJETIVOS

---

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.

## 3 CONTENIDOS

---

### TEMA 1: EL MODELO DE NEGOCIO

#### Resultados del aprendizaje

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

- Identificar y definir una idea de negocio
- Identificar y definir la propuesta de valor y el modelo de negocio global
- 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

### Resultados del aprendizaje

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

- Identificar y conocer los elementos externos a la empresa que la condicionarán en su funcionamiento y definición
- Analizar el mercado dónde realizará la actividad la empresa
- Identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del nuevo negocio para justificar el nicho de mercado
- 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

### Resultados del aprendizaje

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

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

### **Resultados del aprendizaje**

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

- Determinar/describir la ubicación para su idea de negocio así como la distribución operativa y los equipos e instalaciones necesarios
- Determinar la capacidad de producción
- Identificar los principales procesos operativos así como definir el aseguramiento de su calidad
- 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**

### **Resultados del aprendizaje**

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

- Definir el organigrama para su empresa y la descripción funcional de la misma.
- Cuantificar el personal necesario así como su cualificación/requerimientos
- 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**

### **Resultados del aprendizaje**

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

- Decidir la forma jurídica de la empresa, así como los principales trámites y costes de constitución
- Determinar la cantidad a invertir, el fondo de maniobra operativo inicial necesario y su financiación
- Determinar los flujos de tesorería estimados para el primer año.
- Evaluar la viabilidad económica de la inversión a partir de los cash-flow anuales estimados
- 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*

### Resultados del aprendizaje

El estudiante al concluir este tema será capaz de:

- Tomar decisiones coordinadas en las diferentes áreas de la empresa
- Analizar las consecuencias de sus decisiones empresariales y los resultados de la competencia para tomar sus nuevas decisiones
- Gestionar en equipo la toma de decisiones en las diferentes áreas y analizar los resultados empresariales
- 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

## 4 METODOLOGÍA 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*.

## 5 EVALUACIÓN

---

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.

## 6 BIBLIOGRAFÍA

---

### *Básica:*

- 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:*

- DRUCKER, P. F.(2002): La Gerencia en la Sociedad Futura. Colombia. Editorial Norma.
- HILL, C.W.L. (2001): Negocios Internacionales. Competencia en un Mercado Global. 3ra Edición. México, Editorial McGraw-Hill.
- JOHNSON, G. y SCHOLLES, K. (2001): Dirección Estratégica. Madrid. Prentice Hall.
- JOHNSON, G. y SCHOLLES, K. (2001): Dirección Estratégica. Madrid. Prentice Hall.
- KALAKOTA, R. y ROBINSON, M.(2001): Del E-Commerce al E-Business. El Siguiete Paso. México, Pearson Educación.
- 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.