



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# **GUÍA DOCENTE DE Desarrollo profesional III [2020-21]**

## DATOS GENERALES

<b>Nombre:</b>	Desarrollo profesional III
<b>Código:</b>	801125
<b>Curso:</b>	2020/21
<b>Titulación:</b>	Grado en Administración y Dirección de Empresas Grado en Marketing y Comunicación Digital
<b>Nº de créditos (ECTS):</b>	6
<b>Requisitos:</b>	
<b>Ubicación en el plan de estudios:</b>	3 <sup>er</sup> curso, 2º cuatrimestre
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Septiembre 2020
<b>Profesor Responsable:</b>	Dr. Víctor Giménez

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura se enfoca eminentemente en desarrollar las habilidades y competencias profesionales de los estudiantes en dos ámbitos: el emprendimiento y la dirección general estratégica. El apartado de emprendimiento 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 con 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 después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, 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
- Valorar la fortaleza de su idea de negocio
- Presentar su idea de negocio a posibles inversores o fuentes de financiación

##### Contenido

- 1.1 La idea
- 1.2 El modelo *Canvas*
  - 1.2.1 Propuesta de valor
  - 1.2.2 Clientes
  - 1.2.3 Canales de distribución y comunicación
  - 1.2.4 Relaciones con el cliente
  - 1.2.5 Fuentes de ingresos
  - 1.2.6 Recursos clave
  - 1.2.7 Actividades clave
  - 1.2.8 Socios clave
  - 1.2.9 Costes
- 1.3 Valoración de la idea de negocio
- 1.4 Presentación de la idea de negocio a inversores: *elevator pitch*

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

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, 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 con el nicho de mercado identificado

### Contenido

- 2.1 El entorno económico
- 2.2 El entorno sociocultural
- 2.3 Entorno político-legal
- 2.4 Entorno tecnológico
- 2.5 Análisis del mercado
  - 2.5.1 Análisis de clientes potenciales: tendencias, ubicación, perfil, necesidades
  - 2.5.2 Análisis de competidores: ubicación, ventajas competitivas, puntos fuertes y débiles
- 2.6 DAFO y justificación del nicho de mercado
- 2.7 Planificación estratégica

## TEMA 3. PLAN DE MARKETING

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, 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 Ubicación
- 3.4 Definición del producto/servicio
- 3.5 Política de precios
- 3.6 Política de comunicación
- 3.7 Política de distribución
- 3.8 Previsión de ventas

## TEMA 4. PLAN DE OPERACIONES

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, 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 Justificación localización del negocio
- 4.2 *Layout*, reformas y equipos e instalaciones necesarios
- 4.3 Capacidad de producción
- 4.4 Gestión de stocks
  - 4.4.1 Modelo de gestión de stocks por familias de artículos
  - 4.4.2 Selección de proveedores
- 4.5 Sistemas de información
- 4.6 Descripción principales procesos
- 4.7 Política de calidad

## TEMA 5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, 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
- 5.5 Política de promoción

## TEMA 6. PLAN ECONOMICO-FINANCIERO Y JURÍDICO

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, 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 flujos de caja 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 Cuadro de tesorería
- 6.5 Análisis de la inversión: *Payback* dinámico, VAN y TIR
- 6.6 Punto muerto
- 6.7 Cuenta de pérdidas y ganancias y balance de situación previsionales del primer año

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

### Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, 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 la toma de 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 Decisiones de I+D
- 7.3 Toma de decisiones de marketing
  - 7.3.1 Producto
    - 7.3.1.1 Lanzamiento de nuevos productos
    - 7.3.1.2 Modificación de productos
    - 7.3.1.3 Retirada de productos del mercado
    - 7.3.1.4 Decisiones de cantidades a producir
  - 7.3.2 Precio
  - 7.3.3 Distribución
  - 7.3.4 Promoción y publicidad
- 7.4 Toma de decisiones financieras
- 7.5 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. Simultáneamente, en muchas de las sesiones se tomarán también decisiones *del 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 bajo la aplicación del concepto de *"learning by doing"*. A lo largo del curso, los estudiantes realizarán exámenes, diferentes presentaciones grupales, un vídeo con un *elevator pitch*, tutorías individuales y de equipo personalizadas y más de diez entregas parciales de los avances de su plan de empresa. Al final del curso, los equipos presentan el documento final del plan de empresa

y hacen su defensa pública así como una presentación en la que resumen la gestión de la empresa a lo largo de los diferentes periodos simulados en el *business game*. En ésta, deben identificar claramente las estrategias y tácticas empleadas, así como su justificación/motivación y los resultados que se obtuvieron de su aplicación, de forma que los estudiantes aprendan tanto de sus aciertos como de sus errores.

## 5. EVALUACIÓN

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

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

- **NF = Nota Examen Final x 60% + Nota Evaluación Continuada x 40%**
- 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

### 6.1. 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.
- Manual del *business game* Markstrat. Descargable la última versión en cada edición desde <https://web.stratxsimulations.com/>

### 6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- DRUCKER, P. F.(2002): *La Gerencia en la Sociedad Futura*. Colombia. Editorial Norma.
- FORD, B. R., BORNSTEIN, J. M., & PRUITT, P. T. (2007). *The Ernst & Young business plan guide*. John Wiley & Sons.
- HILL, C.W.L. (2001): *Negocios Internacionales. Competencia en un Mercado Global*. 3ra Edición. México, Editorial McGraw-Hill.
- JOHNSON, G. y SCHOLES, K. (2001): *Dirección Estratégica*. Madrid. Prentice Hall.



- JOHNSON, G. y SCHOLES, 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.
- McKEEVER, M. (2016). How to write a business plan. Nolo.