

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA¹

Curso académico: 2020/2021

Identificación y características de la asignatura			
Código ²	401855	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Valoración, selección y planificación de ideas de negocio		
Denominación (inglés)	Evaluation, selection and planning of business ideas		
Titulaciones ³	Máster Universitario en Creación de Empresas e Innovación		
Centro ⁴	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Semestre	1	Carácter	Obligatoria
Módulo	Común		
Materia	Valoración, selección y planificación de ideas de negocio		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Juan Luis Tato Jiménez	48	jltato@unex.es	
Área de conocimiento	Organización de Empresas		
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología		
Profesor coordinador ⁵ (si hay más de uno)			
Competencias ⁶			
CG1 - Habilidad para el diseño y ejecución de planes de empresa profesionales y la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales..			
CG2 - Habilidad en la búsqueda de información necesaria para realizar un análisis estratégico previo a los procesos de creación de empresas e innovación.			
CG3 - Capacidad de análisis y vigilancia del entorno empresarial (jurídico, fiscal, social, institucional, etc.).			
CG4 - Capacidad de adaptación a ambientes cambiantes generados con motivo de los procesos de innovación empresarial.			
CG6 -Capacidad de generar ideas, de ser creativo en cuanto a productos, servicios y procesos de la empresa			
CG8 –Capacidad de desarrollar la iniciativa emprendedora			
CG10 -Capacidad para reconocer situaciones que necesiten del asesoramiento de expertos (asesores financieros, fiscales, juristas, etc.) así como capacidad para seleccionarlos e interpretar sus dictámenes.			
CG12 - Capacidad para diseñar, implementar y gestionar proyectos innovadores avanzados.			
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de			

¹ En los casos de planes conjuntos, coordinados, intercentros, pceos, etc., debe recogerse la información de todos los títulos y todos los centros en una única ficha.

² Si hay más de un código para la misma asignatura, ponerlos todos.

³ Si la asignatura se imparte en más de una titulación, consignarlas todas, incluidos los PCEOs.

⁴ Si la asignatura se imparte en más de un centro, incluirlos todos

⁵ En el caso de asignaturas intercentro, debe rellenarse el nombre del responsable intercentro de cada asignatura

⁶ Deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

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
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.
CT1 - Capacidad para trabajar en equipos interdisciplinares.
CT2 - Capacidad para trabajar en ambientes de presión.
CT3 - Capacidad crítica y autocrítica.
CT4 - Capacidad de comunicación, negociación y habilidad para la resolución de conflictos.
CT5 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
CT6 - Dominio de las TIC.
CE2 - Capacidad de diseñar y poner en práctica programas y proyectos de I+D de alto nivel en los ámbitos propios de especialización (regional, local, sectorial, empresarial).
CE4 - Capacidad para identificar, desarrollar y crear oportunidades de mercado en las empresas a través de la gestión de la creatividad y la innovación
CE7 - Conocimiento de los instrumentos que permiten vigilar el entorno empresarial y tecnológico a nivel profesional.
CE8 - Capacidad para evaluar el impacto y oportunidades que pueda generar el entorno de las empresas a la hora de realizar proyectos de innovadores de carácter avanzado.
CE18 - Capacidad para desarrollar un concepto de negocio y plasmarlo en un plan de negocio completo, detallado, riguroso, realista y efectivo, que permita la puesta en práctica del proyecto empresarial.
Contenidos⁶
Breve descripción del contenido
<p>Se celebrará una primera sesión de corte introductorio y de descripción general de la asignatura donde se asignarán los diferentes trabajos a realizar por el alumno.</p> <p>En la tercera sesión se expondrán ideas de negocio y se elegirá una para que los alumnos la desarrollen a lo largo del curso.</p> <p>Para todos los temas de la asignatura, se utilizarán artículos relevantes y publicaciones, con las metodologías de análisis más empleadas.</p> <p>La metodología de impartición resulta similar para cada sesión temática, articuladas en base a la correspondiente explicación por parte del profesor, quien también aportará los contenidos teóricos o metodológicos que sean relevantes.</p> <p>Se celebrará una sesión final donde se expondrán los diferentes planes de negocio elaborados.</p>
Temario de la asignatura
<p>Denominación del tema 1: La Idea negocio</p> <p>Contenidos del tema 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Empresa versus Negocio 2. La idea de negocio.

<p>3. La idea y el promotor.</p> <p>4. Fuentes de ideas de negocio</p> <p>Descripción de las actividades prácticas del tema 1: Formulación y presentación de ideas de negocio</p>
<p>Denominación del tema 2: El Modelo de Negocio</p> <p>Contenidos del tema 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> Modelos de negocio de éxito. Generación de modelos de negocio. Método CANVAS. Modelo Lean Startup. Presentación del Modelo de Negocio a los inversores u otros públicos (Pitch Deck) <p>Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Formulación y presentación del Perfil de Cliente, Mapa de Empatía, Modelo de Creación de Valor y CANVAS</p>
<p>Denominación del tema 3: ¿Qué es un plan de negocio?</p> <p>Contenidos del tema 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> Partes del Plan de Negocio. Redacción del Plan de Negocio <p>Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Elaboración de la Visión y la Misión de la Empresa</p>
<p>Denominación del tema 4: El estudio de mercado</p> <p>Contenidos del tema 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> Variables clave a investigar en el estudio de mercado <p>Descripción de las actividades prácticas del tema n: Elección del Mercado</p>
<p>Denominación del tema 5: Las Partes del Plan de Negocio</p> <p>Contenidos del tema 5:</p> <ol style="list-style-type: none"> Plan comercial y marketing Plan operativo Plan de compras Organización de los RR.HH. Estudio legal Estudio económico-Financiero Valoración del riesgo Recomendaciones finales <p>Descripción de las actividades prácticas del tema n: Elaboración del Plan de Negocio</p>
<p>Denominación del tema 6: Otros aspectos importantes del emprendimiento</p> <p>Contenidos del tema 6:</p> <ol style="list-style-type: none"> Búsqueda de inversores. Problemática y clases de inversores La presentación del plan de negocio

Actividades formativas⁷

Horas de trabajo del estudiante por tema		Horas Gran grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total		PCH	LAB	ORD	SEM		
1 Teoría	5	4						1
1 Práctica	4	2						2
2 Teoría	12	6						6
2 Práctica	25	10						15
3 Teoría	3	2						1
3 Práctica	4	2						2

⁷ Esta tabla debe coincidir exactamente con lo establecido en la ficha 12c de la asignatura.

4 Teoría	5	2					3
4 Práctica	4	2					2
5 Teoría	32	12					20
5 Práctica	45,5	14					31,5
6 Teoría	6	4					2
6 Práctica	-	-					
Evaluación⁸	4,5				0,5		4
TOTAL	150	60					90

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

PCH: prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)

LAB: prácticas laboratorio o campo (15 estudiantes)

ORD: prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas (30 estudiantes)

SEM: clases problemas o seminarios o casos prácticos (40 estudiantes).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes⁶

1. Método expositivo que consiste en la presentación por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. También incluye la resolución de problemas, casos y ejemplos por parte del profesor.
2. Método basado en el planteamiento de problemas por parte del profesor y la resolución de los mismos en el aula. Los estudiantes de forma colaborativa desarrollan e interpretan soluciones adecuadas a partir de la aplicación de procedimientos de resolución de problemas.
3. Realización de un plan de negocio con el asesoramiento del profesor a lo largo del semestre en las sesiones destinadas a las prácticas que se irán indicando por el profesor a lo largo del curso.
4. Situación de aprendizaje/evaluación en la que el alumno realiza alguna prueba que sirve para reforzar su aprendizaje y como herramienta de evaluación.

Resultados de aprendizaje⁶

1. Capacidad para desarrollar un modelo de negocio y plasmarlo en un CANVAS.
2. Capacidad para desarrollar un modelo de negocio y plasmarlo en un plan de negocio.
3. Redactar misión, visión, valores y objetivos de una empresa.
4. Capacidad para realizar un análisis estratégico del entorno.
5. Capacidad para poner evaluar ideas de negocio, modelos de negocio planes de negocio e idear alternativas estratégicas y soluciones tácticas.
6. Capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares.

Sistemas de evaluación⁶

Durante las tres primeras semanas de cada semestre, los estudiantes deberán indicar, de forma explícita, si se acogen a la modalidad de evaluación continua o se someten a una prueba final de carácter global. Cuando un estudiante no realice la comunicación expresa del tipo de modalidad a la que se acoge, se entenderá que opta por la evaluación continua. Estas dos modalidades de evaluación, consideradas alternativas, estarán disponibles para todas las convocatorias de la asignatura.

⁸ Indicar el número total de horas de evaluación de esta asignatura.

Evaluación continua: Esta modalidad de evaluación implica la asistencia habitual a clase; y la elaboración y presentación de un plan de negocio. Para su realización el alumno podrá formar equipos y contar con el asesoramiento del profesor durante las sesiones destinadas al efecto.

NOTA. Es obligatoria la asistencia al menos a un 85% de todas las clases. La no asistencia implica la reducción de la calificación final.

Los alumnos que opten por la modalidad no presencial deberán someterse a una prueba final de carácter global: según el artículo 4.6 de la Normativa de evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado en las titulaciones oficiales de la Universidad de Extremadura, el alumno tendrá derecho a "una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de ésta suponga la superación de la asignatura". No obstante, este mismo artículo indica que "En los sistemas de evaluación global, también se podrá exigir la asistencia del estudiante a aquellas actividades de evaluación que, estando distribuidas a lo largo del curso, estén relacionadas con la evaluación de resultados de aprendizaje de difícil calificación en una prueba final".

La prueba final consistirá en un examen escrito formado por preguntas teóricas y la realización de un caso. Esta prueba computa el 100% de la calificación final.

Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía Básica:

- Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures (2019), Bruce R. Barringer and R. Duane Ireland. Ed. Pearson. (6th Edition).
- De Universitario a Emprendedor: Guía Para Crear Tu Propia Empresa (2018), Antonio Chamorro Mera y F. Javier Miranda González. Ed. Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones. 1ª ed.
- Generación de Modelos de Negocio (2011), Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gregory Bernarda, Alan Smith. Ed. Deusto.
- Diseñando la Propuesta de Valor (2015), Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. Ed. Deusto.

Bibliografía complementaria:

- Creación de Empresas. Guía del emprendedor (2012), Francisco José González. Ed. Pirámide. 4ª ed.
- Creación de empresas (2012), José Antonio Jiménez Quintero (coord.) Ed. Pirámide. 1ª ed.
- El Método Learn Start-Up (2012), Eric Ries. Ed. Deusto.
- El Libro Negro del Emprendedor (2007), Fernando Trías De Bes. Ed. Empresa Activa.
- El Arte de Empezar (2013), Guy Kawasaki. Ed. Ilustrae.
- Emprender Con Éxito (2014), Pablo Adan Mico. Ed. Rc Libros (Sc Libro).
- Finanzas para emprendedores. Todo lo que necesitas saber para encontrar financiación y convertir tu idea en negocio (2013); Antonio Manzanera Escribano. Ed. Empresa y Talento).
- La Estrategia del Oceano Azul (2008), W. Chan Kim. Ed. Verticales de Bolsillo.
- The Dragonfly Effect: Quick, Effective, and Powerful Ways To Use Social Media to Drive Social Change (2010), Andy Smith y Jennifer Aaker. Ed. Jossey-Bass.
- Análisis Financiero con Microsoft Excel (2010), Timothy R. Mayes y Todd M. Shank. Ed. Soth-Western. CENGAGE Learning.
- La economía Long Tail (2006), Chris Anderson. Ed. Ediciones Urano, S. A.
- Reinventar la empresa en la era digital (2017) VV.AA. Ed. BBVA-OpenMind

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Transparencias, artículos, videos, etc. que estarán disponibles para el alumno en el campus virtual a lo largo del semestre.