

TITULACIÓN:	MASTER UNIVERSITARIO EN Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (MasterUp)		
MÓDULO:	MÓDULO ESPECÍFICO		
CURSO:	MODELOS Y PLANES DE NEGOCIOS	CÓDIGO:	1567007
COORDINADOR	JULIO SEGUNDO GALLARDO		
OBJETIVOS	El objetivo de esta materia es proporcionar a los proyectos de innovación, empresas de nueva creación o nuevos negocios, los conocimientos y las herramientas necesarias para trazar un modelo de negocio que pueda funcionar y realizar un plan de negocios a partir de la formulación estratégica que surge de un exhaustivo análisis estratégico. Este plan estratégico se desarrollará en diferentes planes de actuación funcionales. La materia incluirá la realización de un análisis de la viabilidad del plan de negocio desarrollado y la aplicación de técnicas que complementen la visión tradicional del plan de empresa.		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Al finalizar el curso el estudiante será capaz de: • Dominar la realización de un plan de negocio. • Analizar la viabilidad de un proyecto de negocio y organizar su implantación. • Realizar simulaciones para la mejora de la toma de decisiones en un proyecto de negocio.		
	Más específicamente, el alumno podrá: • Desarrollar un modelo de negocio. • Prever cuellos de botella que dificultarían la puesta en práctica de su negocio. • Saber qué quieren escuchar sus <i>stakeholders</i>, qué interesa contarles y cómo. • Asumir un riesgo razonable, evitando huidas hacia delante. • Cambiar de opinión y retractarse de sus decisiones (planes de negocio incluidos), si sus previsiones no eran exactas o si su experiencia y creatividad se lo permiten.		
	Hitos: al terminar este curso el alumno debe tener, entre otros: • Un plan de negocio mejorado. • Una presentación del mismo para exponerlo ante los diferentes <i>stakeholders</i>. • Un plan de implantación. • Herramientas diseñadas para el seguimiento de la actividad del negocio una vez implantado.		

CONTENIDO	● De la formulación estratégica del plan al modelo de negocio. ● El plan de negocios. ● Planes de actuación. ● Análisis de viabilidad. ● Implantación y seguimiento.					PROFESORES
	Meses/Días	Horarios	Sesiones	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS		
RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	14/12/2020	16.00-18.00	S1	De la formulación estratégica del plan al modelo de negocio - Bonita idea, pero ¿dónde está el negocio? o Introducción a los modelos de negocio	Ángel Pérez (Consultor)	
	14/12/2020	18.30-20.30	S2	- Modelos de negocios electrónicos	Ángel Pérez (Consultor)	
	16/12/2020	16.00-18.00	S3	- Modelos de negocios de éxito	Ángel Pérez (Consultor)	
	16/12/2020	18.30-20.30	S4	- Dinámica de Trabajo	Ángel Pérez (Consultor)	
	17/12/2020	16.00-18.00	S5	Mi Business CANVAS mejorado	Julio Segundo (UCA)	
	17/12/2020	18.30-20.30	S6	Mi Business CANVAS mejorado	Julio Segundo (UCA)	
				El plan de negocios		
	22/03/2021	16.00-18.00	S7	- El plan de negocio I	Julio Segundo (UCA)	
				Planes de actuación		
	22/03/2021	18.30-20.30	S8	- El plan de negocio II	Julio Segundo (UCA)	
				Presentación e implantación del plan		
	24/03/2021	16.00-18.00	S9	Plan de implantación	Domingo Cabello (Emprendedor)	
24/03/2021	18.30-20.30	S10	- El plan de negocio ¿Qué es, para quién es y cómo debe ser? - Recomendaciones finales: o Cautivando inversores o Peligros por escalada de compromisos o Haya o no plan, ¡actúa!	Juan Manuel Alcedo Fernández (Consultor)		
			Análisis de viabilidad, implantación y seguimiento			
25/03/2021	16.00-18.00		S11	El plan de negocio III	Julio Segundo (UCA)	
25/03/2021	18.30-20.30	S12	El plan de negocio IV	Julio Segundo (UCA)		

COMPETENCIAS	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 CG8 - Capacidad de concebir, diseñar o crear, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación o creación. CE7- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto externo de las organizaciones, en el ámbito económico, industrial, político, social, y cultural, en el cual éstas se desenvuelven. CE8- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto interno de las organizaciones. CE9- Capacidad de definir las herramientas de planificación estratégica más adecuadas a cada contexto.
METODOLOGÍA DOCENTE	• Docencia presencial/participativa teórica: La docencia se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta. • Actividad presencial práctica: Para cada uno de los bloques temáticos se desarrollarán actividad práctica al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos. • Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la resolución de mini-casos en grupo, el análisis de noticias relacionadas con el desarrollo o el éxito de estrategias empresariales y la resolución de problemas simulados.
MÉTODO DE EVALUACIÓN	• Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas (Ponderación Mínima: 10.0 %, Ponderación Máxima: 30.0 %). Esta parte de la evaluación constituirá el 20% de la nota final. • Resolución y defensa de trabajos individuales y/o en grupo en las que se apliquen los contenidos impartidos (Ponderación Mínima: 40.0 %, Ponderación Máxima: 80.0 %). Esta parte de la evaluación constituirá el 50% de la nota final. ○ Plan de Empresa (documento del plan de negocios y plan económico-financiero) a entregar 2 meses después de terminar el módulo. ○ Presentación del Plan de Empresa, a entregar 2 meses después de terminar el módulo. • Examen escrito de conocimientos (Ponderación Mínima: 10.0 %, Ponderación Máxima: 30.0 %). Esta parte de la evaluación constituirá el 30% de la nota final.

ACTIVIDADES FORMATIVAS	- Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado. Horas: 14; Presencialidad: 100% - Resolución de estudios de caso (planes de negocio): ya sea individual y/o en grupo con objeto de que el alumno adquiera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas. Horas: 10; Presencialidad: 100% - Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio, la solución de casos y el desarrollo de su proyecto. Horas: 51; Presencialidad: 0% Total: 75 h.
NOTAS DE INTERÉS	- La presencialidad es obligatoria al 100% de las sesiones. Se exige una presencialidad mínima del 80% de las sesiones para que el alumno pueda ser evaluado, el 20% de las ausencias solo serán aceptadas por causa justificada. - El alumno deberá ir adaptando su proyecto inicial a medida que avanza el proceso de aprendizaje e incorporando al mismo los conocimientos adquiridos en cada curso. - Las sesiones serán en lengua española, a excepción de las sesiones extraordinarias que podrán ser en inglés. El material de trabajo podrá estar tanto en lengua española como en lengua inglesa. - Durante el curso, los alumnos están obligados a consultar la página web del curso en Campus Virtual, lugar donde se dejará la documentación necesaria para seguir las clases, y en la que se notificará cualquier contingencia o aviso urgente relacionado con la asignatura.
BIBLIOGRAFÍA BASICA	- Barringer B and Ireland D (2007) Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, 2nd edn. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. - Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). Generación de modelos de negocio. Deusto (Grupo Planeta). Barcelona (España). - Read, S., Sarasvathy, S.D., Dew, N., Wiltbank, R., Ohlsson, A.V. (2010). Effectual Entrepreneurship. Taylor & Francis. - Saras D. Sarasvathy, S.D. (2009). Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise. Edward Elgar Publishing. - Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift From Economic Inevitability To Entrepreneurial Contingency. Academy of Management Review, 26(2), 243–263. http://doi.org/10.5465/AMR.2001.4378020