

<b>TITULACIÓN:</b>	<b>MASTER UNIVERSITARIO EN Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (MasterUp)</b>		
<b>MÓDULO:</b>	<b>MÓDULO ESPECÍFICO</b>		
<b>CURSO:</b>	<b>MODELOS Y PLANES DE NEGOCIOS</b>	<b>CÓDIGO:</b>	<b>1567007</b>
<b>COORDINADOR</b>	<b>JUAN PABLO DIÁNEZ GONZÁLEZ</b>		
<b>OBJETIVOS</b>	<p>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.</p>		
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	<p>Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominar la realización de un plan de negocio.</li> <li>• Analizar la viabilidad de un proyecto de negocio y organizar su implantación.</li> <li>• Realizar simulaciones para la mejora de la toma de decisiones en un proyecto de negocio.</li> </ul> <p>Más específicamente, el alumno podrá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar un modelo de negocio.</li> <li>• Prever cuellos de botella que dificultarían la puesta en práctica de su negocio.</li> <li>• Saber qué quieren escuchar sus <i>stakeholders</i>, qué interesa contarles y cómo.</li> <li>• Asumir un riesgo razonable, evitando huidas hacia delante.</li> <li>• 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.</li> </ul> <p>Hitos: al terminar este curso el alumno debe tener, entre otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un plan de negocio mejorado.</li> <li>• Una presentación del mismo para exponerlo ante los diferentes <i>stakeholders</i>.</li> <li>• Un plan de implantación.</li> <li>• Herramientas diseñadas para el seguimiento de la actividad del negocio una vez implantado.</li> </ul>		

CONTENIDO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De la formulación estratégica del plan al modelo de negocio.</li> <li>• El plan de negocios.</li> <li>• Planes de actuación.</li> <li>• Análisis de viabilidad.</li> <li>• Implantación y seguimiento.</li> </ul>					
RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	Meses/Días	Horarios	Sesiones	ACTIVIDADES y CONTENIDOS	PROFESORES	
				<b>De la formulación estratégica del plan al modelo de negocio</b>		
	7/01/2025	16.00-18.00	S1	- Bonita idea, pero ¿dónde está el negocio? o Introducción a los modelos de negocio	Ángel Pérez (Consultor)	
	7/01/2025	18.30-20.30	S2	- Modelos de negocios electrónicos	Ángel Pérez (Consultor)	
	8/01/2025	16.00-18.00	S3	- Modelos de negocios de éxito	Ángel Pérez (Consultor)	
	8/01/2025	18.30-20.30	S4	- Dinámica de Trabajo	Ángel Pérez (Consultor)	
	9/01/2025	16.00-18.00	S5	Validación de modelos de negocio: Experimentos	Julio Segundo (UCA)	
	9/01/2025	18.30-20.30	S6	Validación de modelos de negocio: Experimentos	Julio Segundo (UCA)	
				<b>El plan de negocios</b>		
	31/03/2025	16.00-18.00	S7	- El plan de negocio I	Julio Segundo (UCA)	
				<b>Planes de actuación</b>		
	31/03/2025	18.30-20.30	S8	- El plan de negocio II	Julio Segundo (UCA)	
				<b>Introducción al plan económico-financiero</b>		
	03/04/2025	16.00-18.00	S9	El plan de negocio III	Julio Segundo (UCA)	
	03/04/2025	18.30-20.30	S10	El plan de negocio IV	Julio Segundo (UCA)	
				<b>Presentación e implantación</b>		
08/04/2025	16.00-18.00	S11	Plan de implantación	Juanma Alcedo (IFEFE)		
08/04/2025	18.30-20.30	S12	- El plan de negocio ¿Qué es, para quién es y cómo debe ser? - Integrando los planes de actuación en el plan de negocios. - Recomendaciones finales: o Cautivando inversores o Peligros por escalada de compromisos Haya o no plan, ¡actúa!	Domingo Cabello (CEO de ACOS, Ingeniería de Gestión)		

<b>COMPETENCIAS</b>	<p>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</p> <p>CG8 - Capacidad de concebir, diseñar o crear, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación o creación.</p> <p>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.</p> <p>CE8- Conocimiento y comprensión de la distinción, análisis, evaluación e interpretación del contexto interno de las organizaciones.</p> <p>CE9- Capacidad de definir las herramientas de planificación estratégica más adecuadas a cada contexto.</p>
<b>METODOLOGÍA DOCENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> </ul>
<b>MÉTODO DE EVALUACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultar la ficha oficial de la asignatura.</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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;</li> <li>• Resolución de estudios de caso (planes de negocio): ya sea individual y/o en grupo con objeto de que el alumno adquiriera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas. Horas: 10</li> <li>• 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</li> </ul> <p>Total: 75 h.</p>
<b>NOTAS DE INTERÉS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 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.</li> <li>2. 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.</li> <li>3. 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.</li> </ol>

**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>