

A large, light gray, stylized profile of a man's head and shoulders, facing right. The man has a dark cap and a thick, curly beard. The style is reminiscent of a woodcut or a graphic illustration.

LA PLANIFICACIÓN
EN LOS NUEVOS
NEGOCIOS / NEW
BUSINESS
PLANNING

**Grado en Creación,
Administración y
Dirección de Empresas**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: LA PLANIFICACIÓN EN LOS NUEVOS NEGOCIOS / NEW BUSINESS

PLANNING Titulación: Grado en Creación, Administración y Dirección de Empresas

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano/Inglés

Modalidad: Presencial/a distancia

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Álvarez Sáez, Manuel; Vega Vidal, José Antonio

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Competencias básicas: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- Competencias generales: CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG8, CG9, CG10, CG11, CG14, CG16
- Competencias específicas: CE2, CE11, CE12, CE13, CE18, CE21, CE24, CE30, CE38, CE46, CE47

1.2. Resultados de aprendizaje

- Distinguir entre emprendedor, emprendimiento y creación de empresas
- Reconocer y saber analizar las características de una persona emprendedora
- Ser capaz de identificar y utilizar las diferentes herramientas para detectar oportunidades de negocio y fuentes de financiación
- Ser capaz de desarrollar e implementar un plan de empresa
- Aplicar técnicas de creatividad para ser un emprendedor innovador
- Identificar mercados internacionales interesantes para desarrollar la actividad de una empresa

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

No hay requisitos previos en las asignaturas de esta materia.

2.2. Descripción de los contenidos

Planificar es una estrategia que toda empresa debe utilizar. En el caso particular de los nuevos negocios esta asignatura cobra valor pues consiste en formalizar cómo piensa y actúa como empresario. Esta asignatura no se limita a los estudiantes que tienen una idea y desean iniciar un negocio inmediatamente después de su graduación. Se aplica a individuos y equipos que inician emprendimientos nuevos o como parte de una empresa existente. Planificar para obtener una ventaja competitiva en un entorno de dirección estratégica.

Planning is a strategy that every company should use. In the particular case of the new business this subject is valued because it consists in formalizing how it thinks and acts as an entrepreneur. This course is not limited to students who have an idea and want to start a business immediately

after graduation. It applies to individuals and teams who start new ventures or as part of an existing company. Plan to get a competitive edge in a strategic management environment.

Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente

Módulo 1, Competencias:

Competencias relacionadas con el Emprendimiento
Selfie” del Emprendedor
Equipos emprendedores
Design Thinking

Módulo 2, Innovación y Emprendimiento:

Innovación en los negocios
Emprendimiento interno vs nuevos negocios

Módulo 3: Planificación

Misión, Visión y Valores
Análisis interno y externo
VUCA (Volatility, Uncertatinty, Complexity and Ambiguity)
El “Business Plan”

Módulo 4: Presentación y difusión

Presentación de la idea de negocio
“Elevator Pitch”
Difusión online; SEO, SEM, CMS, Google Activate

2.3. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

1. Se analizarán artículos actuales sobre temas relacionados con los contenidos de la asignatura y los estudiantes harán presentaciones de la lectura a la clase que serán comentada técnicamente.
2. Los alumnos resolverán, individualmente o en grupo, casos prácticos y/o ejercicios relacionados con la las habilidades de liderazgo y directivas, de acuerdo a los temas tratados en las clases.
3. Se recibirán visitas de emprendedores que compartan con los estudiantes el proceso de planificación de sus negocios.
4. Se propondrán casos de negocio de Harvard Business Publishing.

2.5. Actividades formativas

Actividades formativas:		
Tipo de actividad modalidad presencial	Horas	Presencialidad %
A1 Clase Magistral/ Fundamentos Teóricos	45	100%
A2 Clases prácticas. Seminarios y talleres	9	100%
A3 Tutoría	9	100%
A4 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	18	0%
A5 Actividades a través de recursos virtuales	6	50%
A6 Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	6	0%
A7 Estudio individual	51	0%
A13 Evaluación	6	100%
Tipo de actividad modalidad a distancia	Horas	Presencialidad %
A9 Clases asíncronas	12	0%
A10 Clases prácticas. Síncronas o asíncronas	12	0%
A3 Tutoría	24	0%
A4 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	18	0%
A5 Actividades a través de recursos virtuales	12	0%
A6 Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	12	0%
A7 Estudio individual	54	0%
A13 Evaluación	6	100%
Metodologías docentes:		
Presencial: MD1, MD2, MD3, MD4, MD5		
A distancia: MD1, MD2, MD3, MD4, MD5		

2. SISTEMA DE EVALUACIÓN

2.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

2.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S1 Asistencia y participación en clase	10%
S2 Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
S3 Prueba parcial presencial (escrita/presentación trabajo)	10%

S4 Examen final o trabajo final presencial	50%
--	-----

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S10 Participación en foros y actividades tutorizadas	10%
S2 Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
S4 Examen final o trabajo final presencial	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S2 Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
S4 Examen final o trabajo final presencial	70%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S2 Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
S4 Examen final o trabajo final presencial	70%

Restricciones y explicación de la ponderación: Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en ambas convocatorias.

En todo caso, la superación de cualquier materia/asignatura está supeditada a aprobar las pruebas finales presenciales e individuales correspondientes.

2.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

2.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

3. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Arora et al. (2020). *Fast Times: How Digital Winners Set Direction, Learn, and Adapt*. McKinsey.
- Barney, J. (2002). *Gaining and sustaining competitive advantage*. 2nd Ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Belbin M. (2013). *Roles de Equipo en el trabajo*. 2ª edición. Belbin.
- Ellis S. et al (2017). *Hacking Growth: How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success*. Currency.
- Harvard Business Review *Entrepreneur's Handbook: Everything You Need to Launch and Grow Your New Business* (2018). Harvard Business Review Press
- Mootee I. (2014). *Design thinking para la innovación estratégica*. Empresa Activa.
- Porter, M. E. (1996). *Competitive Advantage, Agglomeration Economies, and Regional Policy*. *International Regional Science Review*, 19(1–2), 85–90
- Ries E. (2022). *The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses*. Penguin Books.
- Silverstein D. et al (2012). *The Innovator's Toolkit: 50+ Techniques for Predictable and Sustainable Organic Growth*, 2nd Edition. John Wiley & Sons.
- Sonderegger, P. (2021). *Cómo utilizar el Business Model Canvas para reducir el riesgo*. *Revista Abierta De Informática Aplicada*
- Terragno, D Lecuona ML. *Cómo armar un Plan de Negocios*. Dinero, Caracas