

Guía Docente de *Diseño del plan de negocio*

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre	Diseño del plan de negocio				
Materia	Itinerario: Innovación, negocio y emprendizaje				
Código	GGII03				
Titulación	Grado en Ciencias Gastronómicas y Artes Culinarias				
Centro	Facultad de Ciencias Gastronómicas - Basque Culinary Center				
Tipo	Optativa				
Año académico	2017-2018	Curso	4º curso	Periodo lectivo	1º semestre
Itinerario	Innovación, negocio y emprendizaje				
Idioma	Inglés				
ECTS	5				
Horario	Consultar en Moodle.				
Aula/Taller	Consultar en Moodle.				

2. DATOS DEL PROFESORADO

Profesora	AGUILERA, Ana María
Profesora	ZURBITU, Izaskun
Profesores	Ponentes externos

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

3.1. Presentación

El plan de negocio se presenta como una de las herramientas claves actuales para analizar, comprender y emprender una nueva empresa o un nuevo proyecto gastronómico.

Esta asignatura otorga al estudiante las herramientas actuales para poder analizar, evaluar y crear el plan de negocio a partir de una nueva idea para crear una nueva empresa así como para diversificar a otras áreas empresariales en un negocio ya consolidado en el sector gastronómico. El estudiante aplicará de forma práctica todos los conocimientos y herramientas que se vayan aprendiendo a lo largo del curso a través de la creación de un plan de negocio gastronómico en equipo, que culminará con la presentación final de éste.

Siguiendo una dinámica de tipo start up, el curso incluye un proyecto final conjunto con las otras dos optativas del itinerario Innovación, negocio y emprendizaje en una dinámica única de formación.

3.2. Objetivos

Al final del curso, los alumnos serán capaces de:

- usar metodología para idear y validar nuevas ideas en el mercado.
- definir la implementación de un producto mínimo viable (MVP).
- trabajar en las áreas incluidas en un plan de negocio con una visión 360 °C.
- hacer un plan de negocio para una nueva línea de negocio en una empresa gastronómica o para una nueva empresa (intra e interemprendimiento).
- documentar y defender los diferentes capítulos de un plan de negocio en formato escrito.
- comunicar sus ideas y planes de negocio en diferentes formatos de forma oral en frente de clientes o inversores.

3.3. Conocimientos previos requeridos

No se requieren.

4. COMPETENCIAS

4.1. Competencias específicas o técnicas
C.03: Identificar, definir y aplicar conocimientos y técnicas de gestión de personas en contextos propios del sector.
C.04: Identificar y aplicar herramientas y técnicas de gestión de los diferentes procesos (procesos de apoyo al servicio, procesos de producción y procesos de comercialización y marketing), atendiendo a la orientación al cliente, a la rentabilidad del negocio y a la normativa vigente.
C.05: Realizar análisis de viabilidad económico-financiera de diferentes modelos de negocio de organizaciones de restauración, que garanticen el equilibrio entre la calidad y servicios ofrecidos y la sostenibilidad del mismo.
C.07: Definir y desarrollar una propuesta innovadora de negocio viable y sostenible en el ámbito gastronómico, o incorporar mejoras a las ya existentes.
C.09: Participar en el diseño e implementación de proyectos de trabajo realizados a partir de una solicitud de asesoría en el ámbito gastronómico, actuando de manera sistemática, profesional y rigurosa.
C.12: Utilizar de forma efectiva diferentes herramientas y medios de información/comunicación tanto para recibir y valorar información generada en torno al sector, como para generar y transmitir información relacionada con distintos aspectos del mismo, en equipos multidisciplinares e, incluso, multiculturales.
C.13: Desarrollar actividades de divulgación y formación basándose en resultados de trabajos y proyectos realizados, dirigidas tanto a profesionales del sector como a personas ajenas al mismo, utilizando diferentes herramientas y soportes de formación.

4.2. Competencias transversales
CT. 01: Planificación y organización
CT. 04: Trabajo en equipo
CT. 05: Orientación al cliente
CT. 06: Aprender a aprender
CT. 07: Resolución de problemas
CT. 08: Comunicación eficiente
CT. 09: Uso de las TIC

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS Y METODOLOGÍA DOCENTE

		Actividades formativas (%)						Evaluación propuesta (ECTS)				
Resultado de aprendizaje												
RA7.26	Ser capaz de elaborar un proyecto de desarrollo de un nuevo negocio.	50			40		10	100%	0,5	2	1,75	4,25
RA7.27	Redactar informes valorativos que incluyan recomendaciones y las oportunidades de mejora identificadas o creación de nuevos negocios, priorizándolas con criterios de rentabilidad del negocio y orientación al cliente.	50			40		10	100%		0,75		0,75
		Total % / Actividad formativa						Total ECTS / Evaluación propuesta				

Mecanismos de recuperación

Se realizarán pruebas de recuperación parcial en función de las acciones evaluadoras que se realicen.

6. CONTENIDOS

6.1. Contenidos

- Plan de negocio. Qué es y para qué sirve.
- Estudio de la idea y su viabilidad en términos de mercado y consumidores.
- Modelos de negocio: innovación y herramientas.
- Definición y selección del modelo de negocio.
- Diseño de la oferta en precio, servicio, promoción y sectores de clientela.
- Diseño del plan comercial y marketing.
- Diseño del plan organizativo y de recursos humanos.
- Pitch y otras herramientas de comunicación de un plan de negocio.

7. RECURSOS DIDÁCTICOS Y BIBLIOGRAFÍA

7.1. Recursos didácticos necesarios

- Aulas multifuncionales equipadas con pizarra, proyector, mobiliario adaptable para trabajo en equipo, conexiones eléctricas y conexión WiFi.
- Talleres equipados para la aplicación práctica y adquisición de competencias.
- Plataforma Moodle.
- Material docente.

7.2. Bibliografía

Bibliografía básica

AULET, B. *Disciplined entrepreneurship*. New Jersey: Wiley, 2013. 978-1-118-69228-8.

Bibliografía recomendada

COUSINS, Jay; STEWART, Tony. *What is business process design and why should I care?* [en línea]. RivCom, 2002.

<<http://www.rivers-family.info/resources/RivCom-WhatsBPD-WhyShouldICare.pdf>> [Consulta: 06-10-2014].

DRUCKER, Peter F. *The discipline of innovation* [en línea]. *Harvard Business Review*. Harvard Business School Corporation, 2002. <[http://mis.postech.ac.kr/class/MEIE780_AdvMIS/2012%20paper/Part1%20\(Pack1-3\)/01_intro/1-2\)%20The%20Discipline%20of%20Innovation.pdf](http://mis.postech.ac.kr/class/MEIE780_AdvMIS/2012%20paper/Part1%20(Pack1-3)/01_intro/1-2)%20The%20Discipline%20of%20Innovation.pdf)> [Consulta: 06 octubre 2014].

GASSMANN, O. *Business Model Navigator*. London: FT Press, 2015. 978-1292065816

KAWASAKI, G. *The art of start: the time-tested, battle-hardened guide for anyone starting anything*. New York: Portfolio, 2004. 1-59184-056-2.

KELLEY, T. *The art of innovation*. 1 ed. New York: Random House, Inc., 2001. 0-385-49984-1.

LINDGARDT, Zhenya; REEVES, Martin; STALK, George; DEIMLER, Michael S. *Business Model Innovation: when the Game Gets Tough, Change the Game* [en línea]. The Boston Consulting Group (BCG), 2009. <<https://www.bcg.com/documents/file36456.pdf>> [Consulta: 06 octubre 2014].

MAURYA, A. *Running lean: iterate from plan A to a plan that works*. 2 ed. Sebastapol, CA: O'Reilly, 2012. 978-1449305178.

MORRIS, Michael; SHINDEHUTTE, Minet; ALLEN, Jeffrey. *The entrepreneur's business model: toward a unified perspective* [en línea]. *Journal of Business Research*. Elsevier Inc., 2005, Vol. 58, nº 6, p. 726-735. ISSN 0148-2963 [Consulta: 06-10-2014].

OSTERWALDER, Alexander. *Business Model Generation*. New Jersey: Wiley, 2010. 978-0470876411

OSTERWALDER, Alexander. *Value Proposition Design: how to create products and services customers want. Get started with*. New Jersey: Wiley, 2014. 9781118968055

RIES, E. *The Lean Startup: how constant innovation creates radically successful businesses*. London: Penguin, 2011. 978-0-670-92160-7.

TEECE, David J. *Business Models, Business Strategy and Innovation* [en línea]. Long Range Planning. Elsevier Ltd., 2010, Vol. 43, nº 2-3, p. 172-194. ISSN 0024-6301 [Consulta: 06-10-2014].