



Guía Docente				
Datos Identificativos				2021/22
Asignatura (*)	Taller 1: Plan de Empresa de Moda		Código	710G03032
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	Inglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Calvo Silvosa, Anxo Ramon	Correo electrónico	anxo.calvo.silvosa@udc.es	
Profesorado	Calvo Silvosa, Anxo Ramon	Correo electrónico	anxo.calvo.silvosa@udc.es	
Web				
Descrición xeral	<p>Neste curso, o estudante capacitarase para elaborar plans de negocio no sector da moda. Terán que manexar algúns coñecementos sobre planificación estratéxica e financeira para analizar a contorna, establecer a misión, a visión e os valores, avaliar as habilidades e os recursos internos, así como para tomar decisións operativas e financeiras.</p> <p>Trátase dun curso orientado á práctica que implementa unha metodoloxía de ensino dinámico baseada en talleres e estudo de casos. Os estudantes deberán elaborar un plan de negocio que inclúa a súa viabilidade e rendibilidade. Os resultados do traballo dos estudantes serán un informe escrito e unha presentación. Estes resultados darán lugar á cualificación final.</p> <p>O docente encargado da materia conta cunha longa experiencia tanto académica como profesional. Exerce a docencia na UDC desde 1991. Pertenceu a diferentes consellos de administracións en empresas de diferentes sectores e tivo responsabilidades de xestión na UDC e na Xunta de Galicia.</p>			



<b>Plan de continxencia</b>	<p>1. Modificacións nos contidos</p> <p>Non haberá modificación nos contidos.</p> <p>2. Metodoloxías</p> <p>*Metodoloxías docentes que se manteñen</p> <p>Todas as previstas no plan inicial pero desenvolveranse online.</p> <p>*Metodoloxías docentes que se modifican</p> <p>Todas as previstas no plan inicial pero desenvólense online.</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado</p> <p>Desenvólense online.</p> <p>4. Modificacións na avaliación</p> <p>A avaliación continua desenvolverase online.</p> <p>*Observacións de avaliación:</p> <p>Se for posible, o exame final sería presencial. Se non, fariase online.</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía</p> <p>Non haberá modificacións.</p>
-----------------------------	--

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A1	Coñecer os fundamentos básicos de xestión dunha empresa de téxtil/moda, tanto a nivel estratéxico como operativo e funcional.
A2	Coñecer os aspectos da contorna que inflúen na evolución do mundo da moda e as súas empresas, con especial incidencia no impacto das cuestións económicas e legais.
A3	Desenvolver destrezas para as relacións interpersoais e a interacción con axentes do contorno e interno (clientes, provedores, medios, colaboradores...).
A8	Ser capaz, con base no coñecemento do contorno social, de deseñar e pór en marcha estratexias de márketing eficaces, que consideren especialmente as variables de comunicación e distribución: mensaxes, medios, canles, relación co cliente etc...
A9	Dominar o proceso loxístico dunha empresa de moda desde unha perspectiva global, abarcando desde o aprovisionamento ata o proceso produtivo e mais o transporte, con especial incidencia nos procesos principais propios da industria téxtil: selección de tecidos e materiais, padronaxe, confección etc....
A10	Ter os fundamentos económico-financeiros necesarios para coñecer o estado dunha empresa de moda e xestionala adecuadamente desde unha tripla perspectiva de liquidez, solvencia e rendibilidade.
A11	Ter unha perspectiva internacional do sector da moda e dominar ferramentas de planificación e xestión das estratexias de internacionalización posibles.



A14	Ter unha perspectiva clara do papel das persoas na organización, e coñecer as ferramentas de xestión de recursos humanos necesarias para conseguir delas a máxima implicación e rendemento.
B1	Que o estudantado demostrase posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral, e se adoita atopar a un nivel que, se ben se apoia en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo.
B2	Que o estudantado saiba aplicar os seus coñecementos ao seu traballo ou vocación dun xeito profesional e posúa as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
B3	Que o estudantado teña a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
B4	Que o estudantado poida transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado.
B5	Que o estudantado desenvolviera aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.
B6	Capacidade para a cooperación, o traballo en equipo e a aprendizaxe colaborativa en contornos interdisciplinares.
B7	Capacidade para analizar tendencias (razoamento crítico).
B8	Capacidade de planificación, organización e xestión de recursos e operacións.
B9	Capacidade de análise, diagnóstico e toma de decisións.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía respectuosa coa cultura democrática, os dereitos humanos e a perspectiva de xénero.
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C7	Desenvolver a capacidade de traballar en equipos interdisciplinares ou transdisciplinares, para ofrecer propostas que contribúan a un desenvolvemento sostible ambiental, económico, político e social.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.
C9	Ter a capacidade de xestionar tempos e recursos: desenvolver plans, priorizar actividades, identificar as críticas, establecer prazos e cumprilos.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
	A	B	C
Analizar o contorno xeral e sectorial	A1 A2 A3 A11	B1 B2 B5 B9	C7 C9
Avaliar as competencias e os recursos internos cando se concibe unha idea de negocio	A14	B1 B2 B5 B8 B9	C7 C9
Deseñar unha estratexia de negocio que inclúa decisións operativas e financeiras (marketing, produción, loxística, recursos humanos, financiamento, investimentos, etc.)	A8 A9 A10	B3 B4	C3 C4 C5
Avaliar a viabilidade financeira e a rendibilidade do negocio	A10	B3 B6 B7	C3 C5 C9
Elaborar un plan de negocio no sector da Moda que inclúa aspectos ESG	A1 A2		C1 C8 C9



Contidos	
Temas	Subtemas
Que é un plan de negocio?	Cando se necesita un plan de empresa? Por que elaborar un plan de empresa?
Contido dun plan de negocio	Resume executivo O discurso do ascensor Descrición da empresa: Misión, visión, valores Estudo de mercado e potencial Análise da competencia: interna (competencias e recursos) e externa (contorna) Descrición do produto/servizo Estratexia empresarial: mercadotecnia, operacións, RRHH, etc. Estratexia de capital: Investimento e financiamento Estratexia financeira: D&A e dividendos Políticas a curto prazo: Inventarios, clientes, caixa, provedores, etc.
Viabilidade financeira e rendibilidade	Previsións financeiras Plan financeiro É factible o plan financeiro? É rendible o plan financeiro? Análise de sensibilidade

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Estudo de casos	A1 A2 A8 A9 A10 A11 A14 B1 B2 B4 B6 B7 B9 C1 C3	20	20	40
Presentación oral	A3 B3 B8 C1 C3 C4 C5 C9	2	6	8
Traballos tutelados	A1 B5 B6 B9 C3 C5 C7 C8 C9	0	22	22
Obradoiro	A1 A2 A3 A8 A9 A10 A11 B4 B6 B7 B8 B9 C3 C8 C9	20	60	80
Atención personalizada		0		0

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Os alumnos disporán dun estudo de casos para comprender plenamente como se pode concibir e avaliar un plan de negocios.
Presentación oral	Os estudantes terán que facer unha presentación oral sobre o plan de negocio do sector da moda que elaborarán ao longo do curso ao final deste.
Traballos tutelados	Os alumnos deberán realizar un proxecto que inclúa un plan de negocio sobre o sector da Moda.
Obradoiro	Desenvolverase un obradoiro para que os estudantes poidan realizar os seus proxectos de forma interactiva.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición



Traballos tutelados Obradoiro Estudo de casos Presentación oral	Empregarei as titorías persoais e en pequenos grupos para dar apoio específico aos estudantes. Centrarei en cuestións teóricas ou/e prácticas relacionadas coas sesións de taller ou a realización de proxectos que poidan requirir explicacións adicionais. levan a cabo en liña e en persoa.
--	--

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A1 B5 B6 B9 C3 C5 C7 C8 C9	Ao final do curso, os estudantes deberán presentar un informe escrito que inclúa o seu plan de negocio.	30
Obradoiro	A1 A2 A3 A8 A9 A10 A11 B4 B6 B7 B8 B9 C3 C8 C9	O traballo persoal e en equipo e o compromiso persoal nos talleres tamén se terán en conta para cualificar aos estudantes. dá.	10
Estudo de casos	A1 A2 A8 A9 A10 A11 A14 B1 B2 B4 B6 B7 B9 C1 C3	Os alumnos deberán presentar a discusión dun caso práctico.	10
Presentación oral	A3 B3 B8 C1 C3 C4 C5 C9	Ao final do curso, os estudantes deberán facer unha presentación dos seus plans de negocio	50

Observacións avaliación



## A) NORMATIVA DE AVALIACIÓN:

1. Condicións de avaliación: Está prohibido acceder á aula do exame con calquera dispositivo que permita comunicación co exterior e/ou almacenamento de información.

2. Identificación do estudante: O estudante ha de acreditar a súa personalidade de acordo coa normativavixente.

## B) TIPOS DE CUALIFICACIÓN:

1. Cualificación de non presentado: Corresponde ao alumno, cando só participe en actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ao 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación alcanzada.

2. Estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: Os estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial serán avaliados seguindo as condicións expresadas máis adiante para a convocatoria adiantada.

## C) OPORTUNIDADES DE AVALIACIÓN:

1. Primeira oportunidade: aplicaranse os criterios de avaliación anteriormente indicados nesta sección.

2. Segunda oportunidade: aplicaranse os criterios de avaliación anteriormente indicados nesta sección.

3. Convocatoria adiantada: As condicións de avaliación da Oportunidade Adiantada (art. 19 das Normas de Avaliación, Revisión e Reclamacións das Cualificacións de Estudos de Grao e Mestrado Universitario) serán específicas para esta oportunidade. Esta será avaliada por medio dunha proba mixta que suporá o 100 % da cualificación final. Esta proba mixta será deseñada de maneira singular e específica para valorar en que medida o/a estudante adquiriu os resultados de aprendizaxe aos que se fai referencia na presente guía.

## D) OUTRAS OBSERVACIÓNS DE AVALIACIÓN

O comportamento fraudulento en calquera dos apartados sometidos a avaliación suporá a cualificación de "Suspenso(0)" na avaliación final.

A asistencia a

todas as sesións do obradoiro é obrigatoria. Requirirase un mínimo de asistencia do 90% das horas impartidas. Este requisito será condición necesaria para superar a materia.

@font-face

{font-family:"Cambria Math";

panose-1:2 4 5 3 5 4 6 3 2 4;

mso-font-charset:0;

mso-generic-font-family:roman;

mso-font-pitch:variable;

mso-font-signature:-536870145 1107305727 0 0 415 0;}

@font-face

{font-family:Calibri;

panose-1:2 15 5 2 2 2 4 3 2 4;

mso-font-charset:0;

mso-generic-font-family:swiss;

mso-font-pitch:variable;

mso-font-signature:-536859905 -1073732485 9 0 511 0;}

p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal

{mso-style-unhide:no;

mso-style-qformat:yes;

mso-style-parent:"";

margin:0cm;

mso-pagination:widow-orphan;

font-size:12.0pt;

font-family:"Calibri",sans-serif;

mso-ascii-font-family:Calibri;

mso-ascii-theme-font:minor-latin;

mso-fareast-font-family:Calibri;

mso-fareast-theme-font:minor-latin;

mso-hansi-font-family:Calibri;

mso-hansi-theme-font:minor-latin;

mso-bidi-font-family:"Times New Roman";

mso-bidi-theme-font:minor-bidi;



```
mso-fareast-language:EN-US;}.MsoChpDefault
{mso-style-type:export-only;
mso-default-props:yes;
font-family:"Calibri",sans-serif;
mso-ascii-font-family:Calibri;
mso-ascii-theme-font:minor-latin;
mso-fareast-font-family:Calibri;
mso-fareast-theme-font:minor-latin;
mso-hansi-font-family:Calibri;
mso-hansi-theme-font:minor-latin;
mso-bidi-font-family:"Times New Roman";
mso-bidi-theme-font:minor-bidi;
mso-fareast-language:EN-US;}div.WordSection1
{page:WordSection1;}
```



## Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abrams, R. (2003). The Successful Business Plan. Secrets and Strategies. The Planning shop</li> <li>- Comunidad de Madrid (). Business Plan. <a href="http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/metodologia/1Plandeemp">http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/metodologia/1Plandeemp</a></li> <li>- Dupouy, L.T. (2018). Cómo desarrollar planes estratégicos de negocios: el proceso es más importante que el resultado final. <a href="https://www.harvard-deusto.com/como-desarrollar-planes-estrategicos-de-negocios-el-proceso-es-mas-im">https://www.harvard-deusto.com/como-desarrollar-planes-estrategicos-de-negocios-el-proceso-es-mas-im</a></li> <li>- Pinson, L. (2008). Anatomy of Business Plan. The step-by-step Guide to Building your Business and Securing your Company's future. Out of your mind... and into Marketplace TM</li> <li>- Wahbe, A. (2019). How to write a business plan: Free template, tips, and examples. <a href="https://quickbooks.intuit.com/r/business-planning/business-plan-template/">https://quickbooks.intuit.com/r/business-planning/business-plan-template/</a></li> </ul>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

## Recomendacións

**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

**Materias que continúan o temario**

## Observacións

1. A entrega dos traballos documentais que se realicen nesta materia: a. Solicitarase en formato virtual e/ou soporte informático b. Realizarase a través de Moodle, en formato dixital sen necesidade de imprimirlos
2. Débese ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores de sustentabilidade e nos comportamentos persoais e profesionais.
3. Traballarase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas, e influirase na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade.
4. Facilitarase a plena integración do alumnado que por razón físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais, experimenten dificultades a un acceso axeitado, igualitario e proveitoso á vida universitaria.
5. Outras: No escenario docente semipresencial, combinaríanse sesións presenciais e en liña, seguindo as instrucións da institución. O uso de dispositivos electrónicos (ordenadores, tabletas e teléfonos) na aula poderán autorizarse exclusivamente para usos académicos.

(\*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías