Guia docente					
Datos Identificativos					2021/22
Asignatura (*)	Taller 1: Plan de Empresa de Moda			Código	710G03032
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda				
Descriptores					
Ciclo	Periodo	Curso		Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Cuarto		Optativa	6
Idioma	Inglés				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Empresa				
Coordinador/a	Calvo Silvosa, Anxo Ramon		Correo electrónico	anxo.calvo.silvosa@udc.es	
Profesorado	Calvo Silvosa, Anxo Ramon		Correo electrónico	anxo.calvo.silvosa@udc.es	
Web					
Descripción general	En este curso, el estudiante se capacitará para elaborar planes de negocio en el sector de la moda. Tendrán que manejar algunos conocimientos sobre planificación estratégica y financiera para analizar el entorno, establecer la misión, la visión y los valores, evaluar las habilidades y los recursos internos, así como para tomar decisiones operativas y financieras. Se trata de un curso orientado a la práctica que implementa una metodología de enseñanza dinámica basada en talleres y estudio de casos. Los estudiantes deberán elaborar un plan de negocio que incluya su viabilidad y rentabilidad. Los resultados del trabajo de los estudiantes serán un informe escrito y una presentación. Estos resultados darán lugar a la calificación final. El profesor encargado de la materia cuenta con una larga experiencia tanto académica como profesional. Ejerce la docencia en la UDC desde 1991. Trabajó en diferentes consejos de administración en empresas de diferentes sectores y asumió responsabilidades de gestión en la UDC y en la Xunta de Galicia.				

Plan de contingencia	1. Modificaciones en los contenidos No habrá modificación en los contenidos. 2. Metodologías *Metodologías docentes que se mantienen Todas las previstas en el plan inicial pero se desarrollarán online. *Metodologías docentes que se modifican Todas las previstas en el plan inicial pero se desarrollarán online. 3. Mecanismos de atención personalizada al alumnado Se desarrollan online. 4. Modificaciones en la evaluación La evaluación continua se desarrollará online. *Observaciones de evaluación: Si fuese posible, el examen final sería presencial. Si no, se desarrollaría online. 5. Modificaciones de la bibliografía o webgrafía No habrá modificaciones.

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A1	Conocer los fundamentos básicos de gestión de una empresa de textil/moda, tanto a nivel estratégico como operativo y funcional.
A2	Conocer los aspectos del entorno que influyen en la evolución del mundo de la moda y sus empresas, con especial incidencia en el impacto de las cuestiones económicas y legales.
A3	Desarrollar destrezas para las relaciones interpersonales y la interactuación con agentes del entorno e interno (clientes,proveedores, medios, colaboradores, ...)
A8	Ser capaz, en base al conocimiento del entorno social, de diseñar y poner en marcha estrategias de marketing eficaces, que contemplen especialmente las variables de comunicación y distribución: mensajes, medios, canales, relación con el 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 los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
B2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
B3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
B4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B6	Capacidad para la cooperación, el trabajo en equipo y el aprendizaje colaborativo en entornos interdisciplinares
B7	Capacidad para analizar tendencias (razonamiento crítico).
B8	Capacidad de planificación, organización y gestión de recursos y operaciones
B9	Capacidad de análisis, diagnóstico y toma de decisiones
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía respetuosa con la cultura democrática, los derechos humanos y la perspectiva de género.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C7	Desarrollar la capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares o transdisciplinares, para ofrecer propuestas que contribuyan a un desarrollo sostenible ambiental, económico, político y social.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.
C9	Tener la capacidad de gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Analizar el entorno general y sectorial	A1 A2 A3 A11	B1 B2 B5 B9	C7 C9
Evaluar las competencias y los recursos internos a la hora de concebir una idea de negocio	A14	B1 B2 B5 B8 B9	C7 C9
Diseñar una estrategia que incluya decisiones operativas y financieras (marketing, producción, logística, recursos humanos, finaciación, inversión, etc.)	A8 A9 A10	B3 B4	C3 C4 C5
Evaluar la viabilidad financiera y la rentabilidad de un plan de negocio	A10	B3 B6 B7	C3 C5 C9
Elaborar un plan de negocio en el sector de la moda que incluya cuestiones ESG	A1 A2		C1 C8 C9

Contenidos

Tema	Subtema
¿Qué es un plan de negocio?	¿Cuándo se necesita un plan de empresa? Por qué elaborar un plan de empresa
Contenido de un plan de empresa	Resumen ejecutivo El discurso del ascensor Descripción de la empresa: Misión, visión, valores Estudio de mercado y potencial Análisis de la competencia: interna (competencias y recursos) y externa (entorno) Descripción del producto/servicio Estrategia empresarial: marketing, operaciones, RRHH, etc. Estrategia de capital: Inversión y financiación Estrategia financiera: D&A y dividendos Políticas a corto plazo: Inventarios, clientes, caja, proveedores, etc.
Viabilidad financiera y rentabilidad	Previsiones financieras Plan financiero ¿Es factible el plan financiero? ¿Es rentable el plan financiero? Análisis de sensibilidad

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Estudio 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
Trabajos tutelados	A1 B5 B6 B9 C3 C5 C7 C8 C9	0	22	22
Taller	A1 A2 A3 A8 A9 A10 A11 B4 B6 B7 B8 B9 C3 C8 C9	20	60	80
Atención personalizada		0		0
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Los alumnos dispondrán de un estudio de casos para comprender plenamente cómo se puede concebir y evaluar un plan de negocios.
Presentación oral	Los estudiantes tendrán que hacer una presentación oral sobre el plan de negocio del sector de la moda que elaborarán a lo largo del curso al final del mismo.
Trabajos tutelados	Los alumnos deberán realizar un proyecto que incluya un plan de negocio sobre el sector de la Moda.
Taller	Se llevará a cabo un taller para que los estudiantes puedan realizar sus proyectos de forma interactiva.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción

Trabajos tutelados Taller Estudio de casos Presentación oral	Utilizaré las tutorías personales y en pequeños grupos para dar apoyo específico a los estudiantes. Me centraré en cuestiones teóricas o/y prácticas relacionadas con las sesiones de taller o la realización de proyectos que puedan requerir explicaciones adicionales. Se llevan a cabo en línea y en persona.

Evaluación			
Metodologías	**Competencias / Resultados**	**Descripción**	**Calificación**
Trabajos tutelados	A1 B5 B6 B9 C3 C5 C7 C8 C9	Al final del curso, los estudiantes deberán presentar un informe escrito que incluya su plan de negocio.	30
Taller	A1 A2 A3 A8 A9 A10 A11 B4 B6 B7 B8 B9 C3 C8 C9	El trabajo personal y en equipo y el compromiso personal en los talleres también se tendrán en cuenta para calificar a los estudiantes.	10
Estudio de casos	A1 A2 A8 A9 A10 A11 A14 B1 B2 B4 B6 B7 B9 C1 C3	Los alumnos deberán presentar la discusión de un caso práctico.	10
Presentación oral	A3 B3 B8 C1 C3 C4 C5 C9	Al final del curso, los estudiantes deberán hacer una presentación de sus planes de negocio	50

Observaciones evaluación

A) NORMATIVA DE EVALUACIÓN:

1. Condiciones de evaluación: Está prohibido acceder al aula del examen concualquier dispositivo que permita la comunicación con el exterior y/oalmacenamiento de información.

2. Identificacióndel estudiante: El estudiante ha deacreditar su personalidad de acuerdo con la normativa vigente.

B) TIPOS DE CALIFICACIÓN:

1. Calificación de no presentado: Corresponde al alumno, cuando solo participe enactividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre lacalificación final, con independencia de la calificación alcanzada.

2. Estudiantes con reconocimiento de dedicación atiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia: Los estudiantes con reconocimiento de dedicacióna tiempo parcial serán evaluados siguiendo las condiciones expresadas más adelante para la convocatoria adelantada.

C) OPORTUNIDADES DE EVALUACIÓN:

1. Primera oportunidad: se aplicarán los criterios de evaluación anteriormente indicados en estasección.

2. Segundaoportunidad: se aplicarán loscriterios de evaluación anteriormente indicados en esta sección.

3. Convocatoria adelantada: Las condicións de evaluación de la OportunidadAdelantada (art. 19 das Normas de Avaliación, Revisión e Reclamacións dasCualificacións dos Estudos de Grao e Mestrado Universitario) serán específicaspara esta oportunidad. Esta será evaluada por medio de una prueba mixta quesupondrá el 100 % de la calificación final. Esta prueba mixta será diseñada demanera singular y específica para valorar en qué medida el/la estudianteadquirió los resultados del aprendizaje a los que se hace referencia en lapresente guía.

D) OTRASOBSERVACIONES DE EVALUACIÓN:

El comportamiento fraudulento en cualquiera de losapartados sometidos a evaluación supondrá la calificación de "Suspenso(0)" en la evaluación final.

La asistencia a todas las sesiones del taller es obligatoria.

Se requerirá un mínimo de asistencia del 90% de las horas impartidas. Este
requisito será condición necesaria para superar la 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;}

Fuentes de información	
Básica	- Abrams, R. (2003). The Successful Business Plan. Secrets and Strategies. THe Planning shop - Comunidad de Madrid (). Business Plan. http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/metodologia/1Plandeemp - Dupouy, L.T. (2018). Cómo desarrollar planes estratégicos de negocios: el proceso es más importante que el resultado final. https://www.harvard-deusto.com/como-desarrollar-planes-estrategicos-de-negocios-el-proceso-es-mas-im - 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 - Wahbe, A. (2019). How to write a business plan: Free template, tips, and examples. https://quickbooks.intuit.com/r/business-planning/business-plan-template/
Complementária	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios
1.   La entrega de los trabajos documentales que se realicen en esta asignatura:a.   Se solicitará en formato virtual y/o soporte informáticob.   Se realizará a través de Moodle, en formato digital sin necesidad de imprimirlos2.   Se debe tener en cuenta la importancia de los principios éticos relacionados con los valores de sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales.3.   Se trabajará para identificar y modificar prejuicios y actitudes sexistas y se influirá en el entorno para modificarlos y fomentar valores de respeto e igualdad.4.   Se facilitará la plena integración del alumnado que por razones físicas, sensoriales, psíquicas o socioculturales, experimenten dificultades a un acceso adecuado, igualitario y provechoso a la vida universitaria.5.   Otras:En el escenario docente semipresencial, se combinarían sesiones presenciales y en línea, siguiendo las instrucciones de la UDC.El uso de dispositivos electrónicos (ordenadores, tabletas y teléfonos) en el aula se podrá autorizar exclusivamente para usos académicos.

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías