



| Guía docente          |  |                    |   |          |
|-----------------------|--|--------------------|---|----------|
| Datos Identificativos |  |                    |   | 2023/24  |
| Asignatura (*)        | Taller 1: Plan de Empresa de Moda  | Código             | 710G03032   |          |
| Titulación            | Grao en Xestión Industrial da Moda   |                    |   |          |
| Descritores           |  |                    |   |          |
| Ciclo                 | Periodo  | Curso              | Tipo  | Créditos |
| Grado                 | 1º cuatrimestre  | Cuarto             | Optativa  | 6        |
| Idioma                | Inglés   |                    |   |          |
| Modalidad docente     | Presencial   |                    |   |          |
| Prerrequisitos        |  |                    |   |          |
| Departamento          | Empresa  |                    |   |          |
| Coordinador/a         | Enriquez Díaz, Joaquín   | Correo electrónico | joaquin.enriquez@udc.es                             |          |
| Profesorado           | Enriquez Díaz, Joaquín<br>Pérez Seijo, Jorge   | Correo electrónico | joaquin.enriquez@udc.es<br>jorge.perez.seijo@udc.es |          |
| Web                   | humanidades.udc.es/estudos/gim   |                    |   |          |
| Descripción general   | <p>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.</p> |                    |   |          |

| Competencias del título |   |
|-------------------------|---|
| Código                  | Competencias 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 interacción 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 el proceso logístico de una empresa de moda desde una perspectiva global, abarcando desde el aprovisionamiento hasta el proceso productivo y el transporte, con especial incidencia en los procesos principales propios de la industria textil: selección de tejidos y materiales, patronaje, confección etc.                                     |
| A10                     | Disponer de las bases económico-financieras necesarias para conocer el estado de una empresa de moda y gestionarla adecuadamente desde una triple perspectiva de liquidez, solvencia y rentabilidad.  |
| A11                     | Disponer de una perspectiva internacional del sector de la moda y dominar las herramientas de planificación y gestión para posibles estrategias de internacionalización.  |
| A14                     | Tener una perspectiva clara del papel de las personas en la organización, y conocer las herramientas de gestión de recursos humanos necesarias para conseguir la máxima implicación y rendimiento de las mismas.  |
| 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 del título                 |                            |                      |
|  | Analizar el entorno general y sectorial | A1<br>A2<br>A3<br>A11      | B1<br>B2<br>B5<br>B9 |
| Evaluar las competencias y los recursos internos a la hora de concebir una idea de negocio   | A14                                     | B1<br>B2<br>B5<br>B8<br>B9 | C7<br>C9             |
| Diseñar una estrategia que incluya decisiones operativas y financieras (marketing, producción, logística, recursos humanos, financiación, inversión, etc.) | A8<br>A9<br>A10                         | B3<br>B4                   | C3<br>C4<br>C5       |
| Evaluar la viabilidad financiera y la rentabilidad de un plan de negocio   | A10                                     | B3<br>B6<br>B7             | C3<br>C5<br>C9       |
| Elaborar un plan de negocio en el sector de la moda que incluya cuestiones ESG   | A1<br>A2                                |                            | C1<br>C8<br>C9       |

| Contenidos                  |  |
|-----------------------------|--|
| Tema                        | Subtema  |
| ¿Qué es un plan de negocio? | ¿Cuándo se necesita un plan de empresa?<br>Por qué elaborar un plan de empresa |



|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Contenido de un plan de empresa | <p>Resumen ejecutivo</p> <p>El discurso del ascensor</p> <p>Descripción de la empresa: misión, visión, valores</p> <p>Estudio de mercado y potencial: análisis interno y externo</p> <p>Análisis de la competencia</p> <p>Descripción del producto/servicio</p> <p>Estrategia empresarial: marketing, operaciones, y RRHH</p> <p>Plan financiero: previsiones, viabilidad, y análisis de sensibilidad</p> |
|---------------------------------|---|

| Planificación          |   |                    |  |               |
|------------------------|---|--------------------|--|---------------|
| Metodologías / pruebas | Competencias  | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Presentación oral      | A3 B3 B8 C1 C3 C4<br>C5 C9  | 2                  | 6  | 8             |
| Trabajos tutelados     | A1 A2 A3 A8 A9 A10<br>A11 A14 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B7 B8 B9 C1<br>C3 C4 C5 C7 C8 C9 | 20                 | 42                                       | 62            |
| Sesión magistral       | A1 A2 A3 A8   | 5                  | 0  | 5             |
| Taller                 | A1 A2 A3 A8 A9 A10<br>A11 B4 B6 B7 B8 B9<br>C3 C8 C9                                | 13                 | 60                                       | 73            |
| Atención personalizada |   | 2                  | 0  | 2             |

(\*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

| Metodologías       |   |
|--------------------|---|
| Metodologías       | Descripción   |
| 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.   |
| Sesión magistral   | Exposición oral complementada con el uso de medios audiovisuales y la introducción de algunas preguntas dirigidas a los estudiantes, con la finalidad de transmitir conocimientos y facilitar el aprendizaje. |
| Taller             | Se llevará a cabo un taller para que los estudiantes puedan realizar sus proyectos de forma interactiva.  |

| Atención personalizada |   |
|------------------------|---|
| Metodologías           | Descripción   |
| Trabajos tutelados     | 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. |
| Taller                 |   |
| Presentación oral      |   |

| Evaluación         |   |  |              |
|--------------------|---|--|--------------|
| Metodologías       | Competencias  | Descripción  | Calificación |
| Trabajos tutelados | A1 A2 A3 A8 A9 A10<br>A11 A14 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B7 B8 B9 C1<br>C3 C4 C5 C7 C8 C9 | Al final del curso, los estudiantes deberán presentar un informe escrito que incluya su plan de negocio. | 40           |



|                   |  |   |    |
|-------------------|--|---|----|
| Taller            | A1 A2 A3 A8 A9 A10<br>A11 B4 B6 B7 B8 B9<br>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 |
| Presentación oral | A3 B3 B8 C1 C3 C4<br>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 con cualquier dispositivo que permita la comunicación con el exterior y/o almacenamiento de información.
2. Identificación del estudiante: El estudiante ha de acreditar su personalidad de acuerdo con la normativa vigente.

## B) TIPOS DE CALIFICACIÓN:

1. Calificación de no presentado: Corresponde al alumno, cuando solo participe en actividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre la calificación final, con independencia de la calificación alcanzada.
2. Estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia: Los estudiantes con reconocimiento de dedicación a 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 esta sección.
2. Segunda oportunidad: se aplicarán los criterios de evaluación anteriormente indicados en esta sección.
3. Convocatoria adelantada: Las condiciones de evaluación de la Oportunidad Adelantada (art. 19 das Normas de Avaliación, Revisión e Reclamacións das Cualificacións dos Estudos de Grao e Mestrado Universitario) serán específicas para esta oportunidad. Esta será evaluada por medio de una prueba mixta que supondrá el 100 % de la calificación final. Esta prueba mixta será diseñada de manera singular y específica para valorar en qué medida el/la estudiante adquirió los resultados del aprendizaje a los que se hace referencia en la presente guía.

## D) OTRAS OBSERVACIONES DE EVALUACIÓN:

El comportamiento fraudulento en cualquiera de los apartados 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;}.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

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <b>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.<br/><a href="http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Análisis_Riesgos/pages/pdf/metodologia/1Plandeemp">http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Análisis_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.<br/><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.<br/><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>Complementaria</b> |  |

## 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 informático b) Se realizará a través de Moodle, en formato digital sin necesidad de imprimirlos 2. 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. Atención a la diversidad: La asignatura podrá ser adaptada al estudiantado que requiera la adopción de medidas encaminadas al apoyo a la diversidad (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaje o relacionada con la salud mental). De ser el caso, deberán contactar con los servicios disponibles en la UDC/en el centro: en los plazos oficiales estipulados de manera previa a cada cuatrimestre académico, con la Unidad de Atención a la Diversidad (<https://www.udc.es/cufie/ADI/apoioalumnado/>); en su defecto, con la tutora ADI de la Facultad de Humanidades. 6. Otras: 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