



Guía Docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Taller 1: Plan de Empresa de Moda		Código	710G03032
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descriptoros				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	Inglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Monje Amor, Ariadna	Correo electrónico	ariadna.monje@udc.es	
Profesorado	Monje Amor, Ariadna	Correo electrónico	ariadna.monje@udc.es	
	Pérez Seijo, Jorge		jorge.perez.seijo@udc.es	
Web	humanidades.udc.es/estudos/gim			
Descrición xeral	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. 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.			

Competencias do título	
Código	Competencias 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 interactuación 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 desenvolvera 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 do título	
Analizar o contorno xeral e sectorial	A1	B1	C7
	A2	B2	C9
	A3	B5	
	A11	B9	
Avaliar as competencias e os recursos internos cando se concibe unha idea de negocio	A14	B1	C7
		B2	C9
		B5	
		B8	
Deseñar unha estratexia de negocio que inclúa decisións operativas e financeiras (marketing, produción, loxística, recursos humanos, financiamento, investimentos, etc.)	A8	B3	C3
	A9	B4	C4
	A10		C5
Avaliar a viabilidade financeira e a rendibilidade do negocio	A10	B3	C3
		B6	C5
		B7	C9
Elaborar un plan de negocio no sector da Moda que inclúa aspectos ESG	A1		C1
	A2		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 interno e externo Análise da competencia Descrición do produto/servizo Estratexia empresarial: mercadotecnia, operacións, e RRHH. Plan financeiro: previsións, viabilidade, e análise de sensibilidade
-----------------------------	---

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Presentación oral	A3 B3 B8 C1 C3 C4 C5 C9	2	6	8
Traballos tutelados	A1 A2 A3 A8 A9 A10 A11 A14 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C1 C3 C4 C5 C7 C8 C9	20	42	62
Sesión maxistral	A1 A2 A3 A8	5	0	5
Obradoiro	A1 A2 A3 A8 A9 A10 A11 B4 B6 B7 B8 B9 C3 C8 C9	13	60	73
Atención personalizada		2	0	2
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
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.
Sesión maxistral	Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución dalgunhas preguntas dirixidas ao alumnado, co fin de transmitir coñecementos e facilitar a aprendizaxe.
Obradoiro	Desenvolverase un obradoiro para que os estudantes poidan realizar os seus proxectos de forma interactiva.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados Obradoiro 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	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A1 A2 A3 A8 A9 A10 A11 A14 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C1 C3 C4 C5 C7 C8 C9	Ao final do curso, os estudantes deberán presentar un informe escrito que inclúa o seu plan de negocio.	40



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.	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 a comunicación co exterior e/ou almacenamento de información.
2. Identificación do estudante: O estudante ha de acreditar a súa personalidade de acordo coa normativa vixente.

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 dúas 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 da 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;}
```

Fuentes de información	
Bibliografía 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/
Bibliografía complementaria	

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 imprimilos 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. Atención á diversidade:&nbsp;A materia poderá ser adaptada ao estudantado que precise a adopción de medidas encamiñadas ao apoio á diversidade (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaxe ou relacionada coa saúde mental). De ser o caso, deberán contactar cos servizos dispoñíbeis na UDC/no centro: nos prazos oficiais estipulados de maneira previa a cada cuatrimestre académico, coa Unidade de Atención á Diversidade (https://www.udc.es/cufie/ADI/apoioalumnado/); no seu defecto, coa tutora ADI da Facultade de Humanidades.6. Outras:O uso de dispositivos electrónicos (ordenadores, tabletas e teléfonos) na aula poderá 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 dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías