

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	36387
Nombre	Emprendimiento y plan de negocio
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1212 - Grado de Ciencias Gastronómicas	Facultad de Farmacia y Ciencias de la Alimentación	3	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1212 - Grado de Ciencias Gastronómicas	27 - Emprendimiento y plan de negocio	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
COMECHÉ MARTINEZ, JOSE MANUEL	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'

RESUMEN

En entornos cada vez más globalizados y competitivos la figura del emprendedor adquiere un papel protagonista en el contexto económico y social de una comunidad. De hecho, los emprendedores son personas que, con capacidad de iniciativa y de forma innovadora, desarrollan actividades que conllevan un riesgo desconocido. En el ámbito específico de la actividad empresarial, emprendedor es la persona que, mediante la innovación, la asunción de riesgos y la detección y explotación de oportunidades, crea una empresa y la dinamiza. Pues bien, con la asignatura “Emprendimiento y Plan de Negocio” se pretende infundir al alumno el espíritu emprendedor y capacitarlo para enfrentarse con mayores posibilidades de éxito al nacimiento y gestión de nuevas empresas.

El planteamiento didáctico de la asignatura es eminentemente práctico y los alumnos serán estimulados a involucrarse en un amplio abanico de ejercicios y trabajos de carácter totalmente aplicado agrupados en un gran proyecto: la creación de una empresa. Todo ello bajo la perspectiva del Desarrollo Sostenible y Objetivos de la Agenda 2030.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No requeridos

COMPETENCIAS

1212 - Grado de Ciencias Gastronómicas

- 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Poseer y comprender los conocimientos del área en el ámbito de las Ciencias Gastronómicas.
- Planificar, ordenar y encauzar actividades de manera que se eviten en lo posible los imprevistos, se prevean y minimicen los eventuales problemas y se anticipen soluciones.
- Ser capaz de trabajar en equipo y de organizar y planificar actividades, teniendo en cuenta, siempre, una perspectiva de género.
- Ser capaz de construir un texto escrito comprensible y organizado.
- Ser capaz de distribuir el tiempo adecuadamente para el desarrollo de tareas individuales o de grupo.
- Elaborar y manejar los escritos, informes y procedimientos de actuación más idóneos para los problemas suscitados y utilizando un lenguaje no sexista.
- Ser capaz de realizar las aproximaciones requeridas con el objeto de reducir un problema hasta un nivel manejable.
- Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades en el ámbito de la restauración.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

De acuerdo con lo previsto en los planes de estudio del Grado, los resultados del aprendizaje descritos para la asignatura de Emprendimiento y Plan de Negocio son varios:

- Ser capaz de transformar ideas en proyectos empresariales concretos.
- Conocer el proceso de creación de una empresa en el sector de la gastronomía y determinar su viabilidad.



- Ser capaz de Identificar y Evaluar oportunidades empresariales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. El emprendedor

- 1.1. Perfil y competencias básicas
- 1.2. Elementos del Business Venturing
- 1.3. Reglas básicas antes de emprender.
- 1.4. La búsqueda racional de ideas: generación, contraste y desarrollo.
- 1.5. La Agenda 2030. ODS, implicaciones en la nueva empresa

2. El Plan de Negocio: diseño e implementación

- 2.1. Resumen.
- 2.2. Análisis del entorno:
 - 2.2.1. Análisis DAFO y CAME
- 2.3. Planteamiento Estratégico:
 - 2.3.1. Estrategia de Marketing
 - 2.3.2. Estrategia de Operaciones
 - 2.3.3. Estrategia Econom.-Financ
- 2.4. Planes de implementación:
 - 2.4.1. Plan de Organización y RRHH
 - 2.4.2. Plan Jurídico fiscal
 - 2.4.3. Plan de Puesta en Marcha

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	60,00	100
Estudio y trabajo autónomo	90,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Clases de **teórico-prácticas presenciales**. - El desarrollo habitual de las clases será:

1. Inicialmente las clases servirán para la presentación por parte del profesorado de los conceptos y contenidos más importantes de cada tema con la finalidad de que el/la estudiante adquiriera los conocimientos relacionados con la materia, potenciando la participación.
2. Transcurridas las primeras sesiones, se procederá implementar de forma específica y práctica los conocimientos que los y las estudiantes hayan adquirido en las clases de teoría; para ello, se



planteará la realización de un Plan de Negocio para un Proyecto de Empresa ideado por un grupo de estudiantes (en número no mayor de 4). Se potenciará la adecuación a los ODS de la agenda 2030.

Clases prácticas de aula: **seminarios presenciales**. - Si existe la posibilidad, los seminarios serán empleados para asistir a charlas de empresarios del sector (relacionado con la gastronomía) en las que se ofrezca al alumno/a una visión práctica y real de la problemática del negocio; si ello no fuera posible, servirán para potenciar el trabajo en grupo y mejorar la presentación oral, mediante la realización de trabajos teóricos o prácticos que complementen la formación que se va adquiriendo en las clases, y también para realizar otra serie de actividades complementarias de tipos variados (estudio de casos, manejo de bibliografía científica, discusión de temas de actualidad).

Estudio-Preparación de Clases y Exámenes. - Horas de trabajo autónomo destinadas a la lectura y preparación de las clases, preparación de exámenes y del trabajo a exponer en seminarios.

EVALUACIÓN

La evaluación del aprendizaje se realizará de DOS FORMAS: a través de la realización de un examen en la fecha oficial establecida y por el sistema de evaluación continua. El examen representará el 30% de la calificación final y la evaluación continua el 70% restante. Para aprobar la asignatura se debe obtener como mínimo 5 puntos sobre 10 en el examen en primera convocatoria y aprobar, igualmente, la evaluación continua; **estas 2 partes Si serán recuperables en segunda convocatoria.**

La evaluación continua está compuesta por (los detalles y fechas serán explicados en la primera sesión de apertura):

- Realización de un Plan de Negocio para un proyecto de creación de empresa; en base a la consecución de varios HITOS:
 - **H.1.** Definición y justificación competitiva de la idea y fijación de elementos diferenciales.
 - **H.2.** Análisis del Entorno: D.A.F.O. y C.A.M.E.
 - **H.3.** Desarrollo del Plan de Negocio:
 - * Cuantificación estratégica: Marketing – Operaciones – Econom.Finan
 - * Planificación de organización y Puesta en Marcha
 - **H.4.** Presentación Final del Proyecto (máximo 10 mins.)

La evaluación continua se superará cuando cada uno de los Hitos señalados sea superado de forma individual y separada. Es decir, se aprobará de manera secuencial Hito tras Hito; pudiendo el alumno –caso de no superar uno de ellos- hacerlo en el intervalo de evaluación siguiente.

Todos los trabajos finales (*executive summary*) entregados, deben tener una carátula donde se recojan los datos básicos del trabajo y se evaluarán de acuerdo a tres criterios:



- Calidad, coherencia y adecuación ODS del proyecto.
- Análisis y desarrollo del PN.
- Presentación.

El trabajo GLOBAL y FINAL no deberá tener una extensión de entre 10 y 25 folios.

A una cara; Times New Roman 11, 1.5 interlineado

REFERENCIAS

Básicas

- Castro Albacéns, I. (2016). De la start-up a la empresa. Ed. Pirámide. Madrid.

Complementarias

- March, I. (2010). Innovadores o vencidos: tiempo de emprender en la nueva economía. Universitat de València. Valencia.
- Ribeiro, D. et al. (2014). Creación de empresas y emprendimiento: de estudiante a empresario. Pearson Educación. Madrid.
- Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (2007). Creación y puesta en marcha de una empresa. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Madrid.
- Gerber, M.E. (1997). El mito del emprendedor. Por qué no funcionan las pequeñas empresas y qué hacer para que funcionen. Paidós Empresa. Barcelona.
- González, F. J. (2005). Creación de Empresas. Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales. Ed. Pirámide. Madrid.
- Jimenez, J.A. (coord.) (2012). Creación de Empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica. Ed. Pirámide. Madrid.
- Medina, A. (2012). Hoja de ruta para emprendedores. Crear una empresa en tiempos difíciles. Ed. Pirámide. Madrid.
- Enlaces complementarios.
 - www.emprendedores.es
 - www.uv.es/catDACSA
 - www.emprenemjunts.es
 - www.ceei.net
 - <https://www.scu.edu/mobi/espanol/2-el-plan-de-negocios/>