

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	36387
Nom	Emprenedoria i pla de negocis
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2023 - 2024

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1212 - Grau de Ciències Gastronòmiques	Facultat de Farmàcia i Ciències de l'Alimentació	3	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1212 - Grau de Ciències Gastronòmiques	27 - Emprenedoria i pla de negocis	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
COMECHÉ MARTINEZ, JOSE MANUEL	105 - Direcció d'Empreses 'Juan José Renau Piqueras'

RESUM

En entorns cada vegada més globalitzats i competitius la figura de l'emprenedor adquireix un paper protagonista en el context econòmic i social d'una comunitat. De fet, els emprenedors són persones que, amb capacitat d'iniciativa i de forma innovadora, desenvolupen activitats que comporten un risc desconegut. En l'àmbit específic de l'activitat empresarial, emprenedor és la persona que, mitjançant la innovació, l'assumpció de riscos i la detecció i explotació d'oportunitats, crea una empresa i la dinamitza. Doncs bé, amb l'assignatura “Emprenedoria i Pla de Negoci” es pretén infondre a l'alumne l'esperit emprenedor i capacitar-lo per a enfrontar-se amb majors possibilitats d'èxit al naixement i gestió de noves empreses.

El plantejament didàctic de l'assignatura és eminentment pràctic i els alumnes seran estimulats a involucrar-se en un ampli ventall d'exercicis i treballs de caràcter totalment aplicat agrupats en un gran projecte: la creació d'una empresa. Tot i això davall la perspectiva del Desenvolupament Sostenible i Objectius de l'Agenda 2030.



CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

No correspon

COMPETÈNCIES

1212 - Grau de Ciències Gastronòmiques

- Que els estudiants tinguin la capacitat d'arreglar i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seua àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguen una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Posseir i comprendre els coneixements de l'àrea en l'àmbit de les Ciències Gastronòmiques.
- Planificar, ordenar i canalitzar activitats de manera que s'eviten en tant que sigui possible els imprevists, es prevegen i minimitzen els eventuais problemes i s'anticipen solucions.
- Ser capaç de treballar en equip i d'organitzar i planificar activitats, tenint en compte, sempre, una perspectiva de gènere.
- Ser capaç de construir un text escrit comprensible i organitzat.
- Ser capaç de distribuir el temps adequadament per al desenvolupament de tasques individuals o de grup.
- Elaborar i manejar els escrits, informes i procediments d'actuació més idonis per als problemes suscitats i utilitzant un llenguatge no sexista.
- Ser capaç de realitzar les aproximacions requerides amb l'objecte de reduir un problema fins a un nivell manejable.
- Dirigir i gestionar els diferents tipus d'entitats en l'àmbit de la restauració.



RESULTATS DE L'APRENTATGE

D'acord amb el que es preveu en els plans d'estudi del Grau, els resultats de l'aprenentatge descrits per a l'assignatura d'Emprenedoria i Pla de Negoci són diversos:

- Ser capaç de transformar idees en projectes empresarials concrets.
- Conèixer el procés de creació d'una empresa en el sector de la gastronomia i determinar la seua viabilitat.
- Ser capaç d'Identificar i Avaluar oportunitats empresarials.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. L'emprenedor

- 1.1. Perfil i competències bàsiques
- 1.2. Elements del Business Venturing
- 1.3. Regles bàsiques abans de l'empreniment.
- 1.4. La recerca racional d'idees: generació, contrast i desenvolupament
- 1.5. L'Agenda 2030. ODS, implicacions en la nova empresa

2. El Pla de Negoci: disseny e implementació

- 2.1 Resum.
- 2.2. Anàlisi de l'entorn:
 - 2.2.1. Anàlisi DAFO i CAME
- 2.3. Plantejament Estratègic:
 - 2.3.1. Estratègia de Màrqueting
 - 2.3.2. Estratègia d'Operacions
 - 2.3.3. Estratègia Econom.-Financ
- 2.4. Plans d'implementació:
 - 2.4.1. Pla d'Organització i RRHH
 - 2.4.2. Pla Jurídic - fiscal
 - 2.4.3. Pla de Posada en Marxa

**VOLUM DE TREBALL**

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	60,00	100
Estudi i treball autònom	90,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

Classes de teòric-pràctiques presencials.- El desenvolupament habitual de les classes serà:

- Inicialment les classes serviran per a la presentació per part del professorat dels conceptes i continguts més importants de cada tema amb la finalitat que el/la estudiant adquireisca els coneixements relacionats amb la matèria, potenciant la participació.
- Transcorregudes les primeres sessions, es procedirà implementar de forma específica i pràctica els coneixements que els i les estudiants hagen adquirit en les classes de teoria; per a això, es plantejarà la realització d'un Pla de Negoci per a un Projecte d'Empresa ideat per un grup d'estudiants (en número no major de 4). . Es potenciarà la adequació als ODS de l'agenda 2030.

Classes pràctiques d'aula: seminaris presencials.- Si existeix la possibilitat, els seminaris seran emprats per a assistir a xarrades d'empresaris del sector (relacionat amb la gastronomia) en les quals s'oferisca a l'alumne/a una visió pràctica i real de la problemàtica del negoci; si això no fóra possible, serviran per a potenciar el treball en grup i millorar la presentació oral, mitjançant la realització de treballs teòrics o pràctics que complementen la formació que es va adquirint en les classes, i també per a realitzar una altra sèrie d'activitats complementàries de tipus variats (estudi de casos, maneig de bibliografia científica, discussió de temes d'actualitat).

Estudi-Preparació de Classes i Exàmens.- Hores de treball autònom destinades a la lectura i preparació de les classes, preparació d'exàmens i del treball a exposar en seminaris.

AVALUACIÓ

L'avaluació de l'aprenentatge es realitzarà de DUES FORMES: a través de la realització d'un examen en la data oficial establida i pel sistema d'avaluació contínua. L'examen representarà el 30% de la qualificació final i l'avaluació contínua el 70% restant. Per a aprovar l'assignatura s'ha d'obtindre com a mínim 5 punts sobre 10 en l'examen en primera convocatòria i aprovar, igualment, l'avaluació contínua; parts ambdues que SI seràn recuperables en segona convocatòria.

L'avaluació contínua està composta per (els detalls seran explicats en la primera sessió d'obertura):

Realització d'un Pla de Negoci per a un projecte de creació d'empresa; d'acord amb la consecució de diversos FITES:



- H.1. Definició i justificació competitiva de la idea i fixació d'elements diferencials.

- H.2. Anàlisi de l'Entorn: D.A.F.O. i C.A.M.E.

- H.3. Desenvolupament d'el Pla de Negoci:

o Quantificació estratègica: Màrqueting - Operacions - Econom.Financ

o Planificació d'organització i Posada en Marxa

- H.4. Presentació Final de el Projecte (màxim 10 minuts.)

L'avaluació contínua es superarà quan cada un dels Fites assenyalats sigui superat de forma individual i aïllada. És a dir, s'aprovarà de manera seqüencial Fita després Fita; podent l'alumne -cas de no superar un d'ells- fer-ho en l'interval d'avaluació següent.

Tots els treballs (executive summary) entregats, han de tindre una caràtula on es recullen les dades bàsiques del treball i s'avaluaran d'acord a tres criteris:

- Qualitat, coherència i adequació ODS del projecte.
- Anàlisi i desenvolupament del PN.
- Presentació.

El treball no ha de tindre una extensió inferior a 10 folis ni superior a 20 folis a una cara, Times New Roman 11, 1,5 Interliniat

REFERÈNCIES

Bàsiques

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

Complementàries

- 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/>