



Guía docente

270682 - VBP - Viabilidad de Proyectos Empresariales

Última modificación: 04/02/2025

Unidad responsable: Facultad de Informática de Barcelona

Unidad que imparte: 732 - OE - Departamento de Organización de Empresas.

Titulación: MÁSTER UNIVERSITARIO EN INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN EN INFORMÁTICA (Plan 2012). (Asignatura optativa).

MÁSTER UNIVERSITARIO EN MOVILIDAD URBANA (Plan 2020). (Asignatura optativa).

MÁSTER UNIVERSITARIO EN CIENCIA DE DATOS (Plan 2021). (Asignatura optativa).

Curso: 2024

Créditos ECTS: 6.0

Idiomas: Inglés

PROFESORADO

Profesorado responsable: KOFI DZIFA SENAYA

Otros:

CAPACIDADES PREVIAS

Having some previous knowledge or experience in business administration is an additional asset

METODOLOGÍAS DOCENTES

Durante las sesiones, las clases se complementarán, dependiendo de la materia, con ejemplos previos de empresas que permiten a los estudiantes obtener ideas prácticas para el trabajo a realizar en las sesiones del proyecto.

En algunos casos, las conferencias teóricas incluirán breves conferencias de empresarios o gerentes para proporcionar una orientación real sobre cómo resolver problemas en temas específicos como la evaluación de ofertas de capital riesgo o en la comercialización de servicios de BI.

Algunas de las sesiones teóricas serán preparadas y enseñadas al resto de la clase, bajo la dirección del profesor, por los propios alumnos.

En cuanto a las sesiones de proyecto, se centrarán en permitir a los estudiantes construir un plan de marketing completo y también un plan financiero que incluya una solución para la estructura financiera de la empresa y su defensa frente a posibles inversores.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

- 1.Ser capaz de analizar la situación externa para determinar ideas innovadoras de negocio en el campo del BI y BD.
- 2.En torno a un proyecto innovador de BI o BD, ser capaz de construir un plan de negocio razonable y éticamente sólido.
- 3.Construir un discurso sólido y convincente sobre una idea de negocio y un plan de negocios
- 4.Entrenamiento de los estudiantes para construir un pronóstico de P&L y un plan de tesorería pronosticado para una compañía que comienza.
- 5.Comprender y poder aplicar los diferentes instrumentos de financiación de la empresa, tanto de instrumentos de deuda como de equidad privada y fuentes de capital riesgo.
- 6.Comprender y apreciar el papel del empresario en la sociedad moderna



HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo pequeño	36,0	24.00
Horas grupo grande	18,0	12.00
Horas aprendizaje autónomo	96,0	64.00

Dedicación total: 150 h

CONTENIDOS

Introducción al curso y aspectos clave de una idea de negocio

Descripción:

Introducción al curso y aspectos clave de una idea de negocio

El papel, las características y el perfil del empresario en la sociedad

Descripción:

El papel, las características y el perfil del empresario en la sociedad

Eje de innovación y benchmarking 1) Identificación de megatendencias de mercado a largo plazo

Descripción:

Eje de innovación y benchmarking 1) Identificación de megatendencias de mercado a largo plazo

Eje de Innovación y benchmarking 2) La evolución tecnológica como fuente de ideas. Tecnología aplicada a la industria. El caso de la Inteligencia de Negocios

Descripción:

Eje de Innovación y benchmarking 2) La evolución tecnológica como fuente de ideas. Tecnología aplicada a la industria. El caso de la Inteligencia de Negocios

Axis of innovation and benchmarking 3) ethical business models as a source of innovation and ideas

Descripción:

Eje de innovación y benchmarking 3) Los modelos de negocio éticos como fuente de innovación e ideas

De la idea a la empresa. Contenido del plan de negocios. Estudios de mercado.

Descripción:

De la idea a la empresa. Contenido del plan de negocios. Estudios de mercado.



Ventajas competitivas. Análisis DAFO

Descripción:

Ventajas competitivas. Análisis DAFO

Plan de marketing: marketing estratégico, distribución y producto

Descripción:

Plan de marketing: marketing estratégico, distribución y producto

Plan de marketing: precio y estrategias de promoción

Descripción:

Plan de marketing: precio y estrategias de promoción

El equipo humano en una pequeña empresa innovadora

Descripción:

El equipo humano en una pequeña empresa innovadora

Necesidad de recursos. Elaboración del balance al inicio de la empresa

Descripción:

Necesidad de recursos. Elaboración del balance al inicio de la empresa

Construcción de una cuenta de resultados pronosticada para los dos primeros años. Flujo de caja

Descripción:

Construcción de una cuenta de resultados pronosticada para los dos primeros años. Flujo de caja

Revisar el balance inicial y elaborar el balance previsto para el primer año

Descripción:

Revisar el balance inicial y elaborar el balance previsto para el primer año

Plan de tesorería, Identificación de necesidades financieras a corto y largo plazo

Descripción:

Plan de tesorería, Identificación de necesidades financieras a corto y largo plazo

Instrumentos financieros convencionales a corto y largo plazo

Descripción:

Instrumentos financieros convencionales a corto y largo plazo



'Private equity': fundadores, 'fools', amigos y familia, capital riesgo. Sus limitaciones. Precauciones a tomar y cómo funcionan.

Descripción:

'Private equity': fundadores, 'fools', amigos y familia, capital riesgo. Sus limitaciones. Precauciones a tomar y cómo funcionan.

Presentación del plan a posibles inversores (simulados o reales)

Descripción:

Presentación del plan a posibles inversores (simulados o reales)

ACTIVIDADES

Introducción al curso. Aspectos clave del negocio y del emprendedor

Descripción:

Introducción al curso y aspectos clave de la empresa: El papel del emprendedor en la sociedad, sus características y perfil.

- Formación de equipos de trabajo

- Lectura de los capítulos 1 y 2 "Entrepreneurship".

Objetivos específicos:

1, 2

Dedicación: 7h

Aprendizaje autónomo: 4h

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Trabajar en los diferentes ejes de innovación

Descripción:

Trabajando en torno a tres ejes: tendencias del mercado, innovación tecnológica y estándares éticos, los estudiantes descubrirán formas de encontrar ideas innovadoras sostenibles en el tiempo.

- Búsqueda de posibles ideas de negocio innovadoras en torno a cada uno de los tres ejes

- Lectura del libro "Empresa 3.0" en la Bibliografía

Dedicación: 24h

Aprendizaje autónomo: 21h

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h



Conformar la idea de negocio

Descripción:

Trabajar el concepto de ventaja competitiva y el análisis DAFO. Revisar la estructura de un plan de negocios y un estudio de mercado.

- Introducir la idea inicial y las necesidades de análisis de mercado
- Leer los capítulos 4 y 5 del libro "Entrepreneurship"
- Construir ventajas competitivas y nuestro análisis DAFO

Dedicación: 19h

Aprendizaje autónomo: 13h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 4h

Plan de Marketing

Descripción:

Plan de marketing: marketing estratégico, distribución y producto. Plan de marketing: precio y estrategias de promoción.

- Definición de estrategias de marketing en el plan y políticas de precios y promoción
- Leer los capítulos 6 y 7 del libro "Entrepreneurship" en la bibliografía

Dedicación: 22h

Aprendizaje autónomo: 10h

Grupo grande/Teoría: 4h

Grupo pequeño/Laboratorio: 8h

Equipo humano y cuestiones formales

Descripción:

Equipo humano y cuestiones formales

- Análisis de un caso de negocio sobre la eficiencia e idoneidad del equipo humano
- Redacción del diseño para un plan de marketing
- Lectura del libro "Entrepreneurship" del capítulo 8

Dedicación: 10h

Aprendizaje autónomo: 7h

Grupo grande/Teoría: 1h 30m

Grupo pequeño/Laboratorio: 1h 30m

Balance y cuenta de pérdidas y ganancias

Descripción:

- Presentar el plan de marketing y el modelo de negocio
- Construir el balance inicial
- Leer el libro "Finanzas para directivos no financieros" en la bibliografía y preparar los balances y las cuentas de explotación

Objetivos específicos:

4, 5

Dedicación: 28h 54m

Aprendizaje autónomo: 16h 54m

Grupo grande/Teoría: 4h

Grupo pequeño/Laboratorio: 8h



Revisión del balance inicial y elaboración del balance previsto para el año.

Descripción:

- Construyendo su propio balance pronosticado alrededor de las cifras provisionales del plan de negocios
- Construyendo un archivo Excel con los datos del plan de negocios para alimentar con ellos la sesión de laboratorio
- Leyendo el libro "Finance for non financial managers" en la bibliografía

Dedicación: 7h 30m

Aprendizaje autónomo: 4h 30m

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Definición y teoría del plan de tesorería. Identificar las necesidades financieras a corto y largo plazo

Descripción:

- Diseñar su propio plan de tesorería con los datos provisionales de su plan de negocio
- Lectura del capítulo sobre capital riesgo del libro "Entrepreneurship" en la bibliografía

Dedicación: 8h 30m

Aprendizaje autónomo: 2h 30m

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 4h

Instrumentos financieros convencionales, corto y largo plazo. 'Private equity': fundadores, amigos, 'fools' y familiares. Capital riesgo, sus límites, precauciones y sugerencias operativas

Descripción:

- Preparar la propuesta inicial para que los inversores sean defendidos en la presentación final y definir la estructura financiera de su empresa a partir de los datos del plan de negocio, trabajando en la redacción de la presentación final
- Seguir leyendo el libro "Finance for non financial managers" mencionado en la bibliografía y estudio para la presentación final

Dedicación: 13h 30m

Aprendizaje autónomo: 10h

Grupo grande/Teoría: 1h 30m

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Presentación del plan final a un jurado formado por inversores

Descripción:

Presentar el plan final a un jurado formado por inversores

Objetivos específicos:

1, 2, 3, 4, 5, 6

Dedicación: 9h 30m

Aprendizaje autónomo: 7h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h 30m



SISTEMA DE CALIFICACIÓN

La evaluación se basa en las presentaciones de los alumnos (en equipos) y en la defensa del plan de negocio ante un jurado formado por profesores del curso y -opcionalmente- otro miembro del profesorado, profesionales invitados e inversores reales.

A lo largo del curso habrá cinco hitos evaluativos:

- La presentación del modelo de negocio innovador,
- La presentación del plan de marketing,
- La presentación del plan de negocios como un todo, que incluirá una evaluación sobre la ética y la sostenibilidad del proyecto,
- El análisis del plan financiero y la propuesta a los inversores.
- Una conferencia sobre un tema seleccionado que será impartida por los estudiantes.

La presentación simula un entorno profesional. En este sentido, se valorarán también los siguientes aspectos: vestimenta, comunicación formal y bien estructurada, etc.

Para poder defender públicamente el plan de empresa, los estudiantes deben haber asistido al menos al 70% de las clases y los equipos deben haber entregado a tiempo las actividades que se han planificado durante el curso. El plan es el resultado del trabajo en equipo, que se reflejará en la calificación otorgada al grupo en su conjunto. Cada miembro del grupo será responsable de una parte del proyecto y podrá ser calificado individualmente según su contribución.

Este enfoque está diseñado para fomentar el trabajo en equipo, en el que los miembros comparten la responsabilidad de alcanzar un objetivo común.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- Hisrich, R.D.; Peters, M.P.; Shepherd, D.A. Entrepreneurship. 12th ed. New York: McGraw-Hill, 2024. ISBN 9781266264139.
- Tuller, Lawrence W. Finance for non-financial managers and small business owners. 2nd ed. Adams Business, cop. 2008. ISBN 9781598691641.