



CAMPUS
DE EXCELENCIA
INTERNACIONAL

PROCESO DE COORDINACIÓN
DE LAS ENSEÑANZAS
PR/CL/001

CSDMM

Centro superior
de Diseño de
Moda

ANX-PR/CL/001-01

GUÍA DE APRENDIZAJE

ASIGNATURA

813000124 – Proyectos, Planes de negocio responsables para el mercado global

PLAN DE ESTUDIOS

81TI – Máster Universitario en Tecnología e Innovación en Diseño de Moda

CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2024/2025 – 1 semestre

Índice

Guía de Aprendizaje

1. Datos descriptivos	2
2. Profesorado	2
3. Requisitos previos obligatorios	3
4. Conocimientos previos recomendados	3
5. Competencias y resultados del aprendizaje	4
6. Descripción de la Asignatura	4
7. Cronograma	7
8. Actividades y criterios de evaluación	8
9. Recursos didácticos	9
10. Otra información.....	10

1. Datos descriptivos

1.1 Datos de la asignatura.

Nombre de la Asignatura	813000124 – Proyectos, Planes de negocio responsables para el mercado global
Nº de Créditos	4 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	1 curso
Semestre	1 Semestre
Periodo de impartición	Septiembre – enero
Idiomas de Impartición	Castellano
Titulación	81TI – Máster Universitario en Tecnología e Innovación en Diseño de Moda
Centro responsable de la titulación	81 – Centro Superior de Diseño de Moda
Curso Académico	2024 – 2025

2. Profesorado

2.1. Profesorado implicado en la docencia.

Nombre	Departamento	Despacho	Correo electrónico	Horario de tutorías*
Pamela Simón Sandoval	No procede	Despacho 0	Pamela.simon@fundisma.upm.es	Lunes 10:00-12:00

* Las horas de tutoría son orientativas y pueden sufrir modificaciones. Se deberá confirmar los horarios de tutorías con el profesorado.

2.2. Personal investigador en formación o similar.

Nombre	Correo electrónico	Profesor responsable

2.3. Profesorado externo.

Nombre	Correo electrónico	Centro de procedencia

3. Requisitos previos obligatorios

3.1 Asignaturas previas requeridas para cursar la asignatura.

(Nombre asignatura)

3.2 Otros requisitos previos para cursas la asignatura.

Texto

4. Conocimientos previos recomendados

4.1 Asignaturas previas que se recomienda haber cursado.

(Nombre Asignatura)

4.2 Otros conocimientos previos recomendados para cursar la asignatura.

Texto

5. Competencias y resultados del aprendizaje

5.1. Competencias

5.2. Resultados del aprendizaje

- Conocimientos

CON. 2. El titulado o titulada podrá definir los principios éticos y de responsabilidad social que afectan al ámbito del diseño, la tecnología y la innovación en moda.

CON. 4. El titulado o titulada podrá identificar el contexto internacional actual, especialmente el normativo, en el que operan los agentes del sector del diseño de Moda.

CON. 5. El titulado o titulada podrá enunciar nuevas soluciones técnicas y de diseño respetuosas con los principios éticos, sociales y medioambientales de la moda.

- Competencias

COMP. 2. El titulado o titulada podrá desarrollar las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMP. 6. El titulado o titulada podrá aplicar soluciones concretas según los principios organizativos actuales de la industria de la Moda y que pueden servir de innovación y emprendimiento para el sector.

COMP. 10. El titulado o titulada podrá ser capaz de trabajar en contextos internacionales.

- Habilidades

HA. 3. El titulado o titulada podrá integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

HA. 4. El titulado o titulada podrá analizar las tendencias hacia la responsabilidad medioambiental y hacia la conciencia ecológica que afectan al diseño, la tecnología y la innovación en moda.

6. Descripción de la Asignatura y temario

6.1. Descripción de la asignatura.

La asignatura "Proyectos, planes de negocio responsables para el mercado global" está diseñada para proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda de cómo desarrollar y gestionar proyectos de negocio en la industria de la moda con un enfoque responsable y sostenible. Los estudiantes aprenderán a crear planes de negocio sólidos y adaptables a las tendencias globales, considerando aspectos económicos, sociales y ambientales. Se enfatizará la importancia de la innovación y la tecnología en el diseño de moda, así como la responsabilidad social y la sostenibilidad en las operaciones empresariales.

6.2 Temario de la asignatura.

I. Conceptos Fundamentales y Estructura de un Plan de Negocio

1. Concepto de Plan de Negocio
 - Definición y objetivos de un plan de negocio.
2. Propósito de un Plan de Negocio
 - Importancia y beneficios de tener un plan de negocio.
3. Estructura del Plan de Negocio
 - Componentes esenciales de un plan de negocio.
4. Factores de Éxito
 - Factores clave para el éxito de un plan de negocio.

II. Concepto de Negocio

1. Aspectos Básicos del Concepto de Negocio
 - Elementos fundamentales de un concepto de negocio.
2. ¿Cómo se Generan las Ideas de Negocio?
 - Métodos y técnicas para la generación de ideas de negocio.
3. Factores de Riesgo Comunes a Considerar al Desarrollar Ideas de Negocio
 - Identificación y gestión de riesgos en el desarrollo de ideas de negocio.
4. Análisis FODA y CAME
 - Análisis FODA (SWOT) y CAME (Corregir, Afrontar, Mantener, Explotar).

III. Misión, Visión, Objetivos, Cultura y Estrategias

1. Declaración de Misión en el Negocio
 - Definición y redacción de la misión empresarial.
2. Declaración de Visión en el Negocio
 - Importancia y elaboración de la visión empresarial.
3. Objetivos Empresariales
 - Establecimiento de objetivos empresariales claros y medibles.
4. Cultura de la Empresa
 - Creación y mantenimiento de una cultura organizacional positiva.
5. Estrategia Empresarial
 - Desarrollo y ejecución de estrategias empresariales efectivas.

IV. Marketing Estratégico

1. Análisis de Mercado
 - Técnicas y herramientas para el análisis de mercado.
2. Análisis del Cliente
 - Métodos para entender y segmentar a los clientes.
3. Análisis Competitivo
 - Evaluación de la competencia y posicionamiento en el mercado.
4. Herramientas de Investigación de Mercado
 - Herramientas y métodos de investigación de mercados.

V. Marketing Operativo

1. Producto o Servicio
 - Desarrollo y gestión de productos y servicios.
2. Estrategias de Precios
 - Estrategias de precios y su impacto en el mercado.
3. Plan de Publicidad
 - Creación y ejecución de planes de publicidad.
4. Distribución
 - Canales y estrategias de distribución.
5. Plan de Ventas

- Planificación y técnicas de ventas.
- 6. Presupuesto para Acciones de Marketing
 - Presupuesto y control de gastos en marketing.

VI. Plan Operativo

1. Procesos de Producción
 - Planificación y control de procesos de producción.
2. Procesos de Diseño e I+D
 - Innovación en diseño y desarrollo de productos.
3. Detalle de Recursos Materiales: Infraestructuras, Equipos, Tecnología y Mantenimiento
 - Gestión de recursos materiales y tecnológicos.
4. Proveedores y Otros Intermediarios
 - Gestión de proveedores y otros intermediarios.
5. Control de Calidad
 - Sistemas y métodos de control de calidad.

VII. Plan de Personal

1. Estructura Organizativa de la Empresa
 - Diseño de la estructura organizativa.
2. Definición y Distribución de Tareas y Funciones: Perfiles de Trabajo
 - Definición y distribución de tareas y funciones.
3. Reclutamiento y Formación de Recursos Humanos
 - Estrategias de reclutamiento y formación de personal.

VIII. Plan Financiero

1. Financiación del Proyecto
 - Fuentes y métodos de financiación de proyectos.
2. Estado de Resultados
 - Elaboración y análisis del estado de resultados.
3. Estado de Flujos de Efectivo
 - Gestión y proyección de flujos de caja.
4. Balance General
 - Preparación y análisis del balance general.

IX. Desarrollo y presentación de proyectos

1. Metodologías de gestión de proyectos.
2. Preparación y presentación de planes de negocio.

7. Cronograma

7.1. Cronograma de la asignatura

Horas totales: _____ horas Horas presenciales: _____ horas (39.7%)

Peso total de actividades de evaluación: _____ %

Sem.	Actividad tipo 1	Actividad tipo 2	Tele-enseñanza	Actividades de evaluación
1-3	<p>Tema I. Conceptos Fundamentales y Estructura de un Plan de Negocio</p> <p>Tema II. Concepto de Negocio</p>			Evaluación progresiva
4-6	<p>Tema III. Misión, Visión, Objetivos, Cultura y Estrategias</p> <p>Tema IV. Marketing Estratégico</p>			Evaluación progresiva
7-9	<p>Tema V. Marketing Operativo</p> <p>Tema VI. Plan Operativo</p>			Evaluación progresiva
10-12	<p>Tema VII. Plan de Personal</p> <p>Tema VIII. Plan Financiero</p>			Evaluación progresiva
13-15	<p>Tema IX. Desarrollo y presentación de proyectos</p>			

** Para el cálculo de los valores totales, se estima que por cada crédito ECTS el alumno dedicará dependiendo del plan de estudios, entre 26 y 27 horas de trabajo presencial y no presencial.

8. Actividades y criterios de evaluación

8.1. Actividades de evaluación de la asignatura.

8.1.1. Evaluación progresiva.

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
1-16	Participación Activa	Progresiva	Presencial		20%	5/10	-
1-15	Tareas y trabajos prácticos	Progresiva	Presencial y No presencial		40%	5/10	
16	Proyecto final	Progresiva	Presencial y No presencial		40%	5/10	

8.1.2. Prueba evaluación global.

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
1	Examen	Examen escrito	Presencial	1 h.	100%	5/10	-

8.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria.

Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
Examen	Examen escrito/...	Presencial	1 h.	100%	5/10	-

8.2. Criterios de Evaluación.

De acuerdo a la memoria del Plan de Estudios y a la normativa UPM, la asignatura se calificará mediante evaluación continua, en su primera convocatoria. Para optar a la evaluación continua será indispensable la asistencia a clase.

Mediante la evaluación continua de los diversos ejercicios y pruebas parciales propuestas, se comprobará la asimilación de los contenidos y la adquisición de las competencias necesarias.

Los estudiantes que así lo decidan podrán optar a una evaluación por prueba final, alternativa a la evaluación continua.

Las convocatorias extraordinarias se evaluarán mediante prueba final.

9. Recursos didácticos

9.1. Recursos didácticos de la asignatura.

Nombre	Tipo	Observaciones
Clippinger, Dorinda. <i>Business Report Guides: Research Reports and Business Plans</i> , Business Expert Press, 2019. <i>ProQuest Ebook Central</i> , https://ebookcentral.proquest.com/lib/universidadcomplutense-ebooks/detail.action?docID=5638719 .	Recursos bibliográficos Monografías Bibliografía complementaria	
Dana, L. P., Boardman, R., Salamzadeh, A., Pereira, V., & Brandstrup, M. (2023). <i>Fashion and environmental sustainability : entrepreneurship, innovation and technology</i> . De Gruyter. https://www.degruyter.com/isbn/9783110795431	Recursos bibliográficos Monografías Bibliografía complementaria	
Luther, William M.. <i>The Marketing Plan: How to Prepare and Implement It</i> , AMACOM, 2011. <i>ProQuest Ebook Central</i> , https://ebookcentral.proquest.com/lib/universidadcomplutense-ebooks/detail.action?docID=3563343 .	Recursos bibliográficos Monografías Bibliografía complementaria	
Alhabeeb, M. J.. <i>Entrepreneurial Finance: Fundamentals of Financial Planning and Management for Small Business</i> , John Wiley & Sons, Incorporated, 2015. <i>ProQuest Ebook Central</i> , https://ebookcentral.proquest.com/lib/universidadcomplutense-ebooks/detail.action?docID=1895545 .	Recursos bibliográficos Monografías Bibliografía complementaria	
BABU, V. R. A. M. E. S. H. A. R. U. N. R. A. J. A. (2019). <i>Fashion marketing management</i> . WOODHEAD Publishing INDIA.	Recursos bibliográficos Monografías Bibliografía complementaria	
Lea-Greenwood, G. (2013). <i>Fashion marketing communications</i> . Wiley & Sons.	Recursos bibliográficos Monografías Bibliografía complementaria	
Shivarudrappa, D., Ramachandra, K., & Gopalakrishna, K. S. (2010). <i>Human resource management</i> (2nd ed.). Himalaya Pub. House. http://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3011329 .	Recursos bibliográficos Monografías Bibliografía complementaria	
Delers, A., & Feys, B. (2016). <i>El plan de negocios : hoja de verificación un plan de negocios</i> (; L. B. Martín, Trans.). 50Minutes.es. https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=1245585	Recursos bibliográficos Monografías Bibliografía complementaria	
	Recursos bibliográficos Monografías Bibliografía complementaria	

10. Otra información

10.1. Otra información sobre la asignatura.

COMUNICACIÓN

- **Horarios de tutorías:**

2 horas a la semana, a distribuir en una sesión de dos horas o en dos sesiones de una hora. Dichas sesiones deberán ser acordadas **previa petición por escrito** a la profesora a través de email: pamela.simon@fundisma.upm.es

- **Periodo de respuesta:** El periodo máximo de respuesta del profesor será de 72 horas, nunca se responderá en fin de semana.

- **Plataformas:** Moodle Y ZOOM UPM

ODS IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

ODS 4: Educación de Calidad

ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico

ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura

ODS 12: Producción y Consumo Responsables

ODS 13: Acción por el Clima

ODS 17: Alianzas para Lograr los Objetivos