

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

<b>Nombre del programa:</b>	Plan de Negocios
<b>Tipo de programa:</b>	Diplomatura
<b>Facultad articulada:</b>	Facultad de Ingenierías
<b>Programa articulado:</b>	Ingeniería Financiera
<b>Duración:</b>	81 horas
<b>Público objetivo:</b> Personas interesadas en plantear un plan de negocios y que les permita profundizar sus conocimientos en aspectos en la gestión de las organizaciones.	
<b>Justificación:</b> La responsabilidad del área de planeación de negocios consiste en la administración eficiente de todos los recursos de la empresa, actuando bajo escenarios de incertidumbre. Por lo tanto, el diplomado de Plan de Negocios le permitirá realizar una mejor gestión y toma decisiones basadas en datos logrados por el correcto análisis y utilización de diferentes herramientas que proporciona conocimientos sobre la importancia de la gestión y evaluación del plan de negocios en la compañía dentro de las organizaciones desde una perspectiva estratégica y gerencial.	
<b>Objetivo general:</b> Comprender los elementos para la construcción del plan de negocio desde la perspectiva estratégica, a partir del modelo de negocio, hasta la evaluación y análisis de la pertinencia financiera.	
<b>Conocimientos previos requeridos:</b> Ninguno	

## 2. ESTRUCTURA

Módulo	Temas	Intensidad horaria
<b>MODULO I INTRODUCCIÓN DE COMPONENTES DE PLAN DE NEGOCIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmentos de clientes</li> <li>• Propuesta de valor</li> <li>• Modelo de negocio</li> <li>• Proyecciones y estimaciones financieras</li> </ul>	3
<b>MODULO II ESTUDIO DE MERCADO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de clientes, proveedores, competidores y distribuidores de las unidades de negocio</li> </ul>	24

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del entorno competitivo: ¿Quiénes son los competidores? ¿cómo reaccionan ante las estrategias de otros? ¿existen barreras a la entrada? ¿los clientes o proveedores tienen poder de negociación? ¿existen sustitutos o complementarios?</li> <li>• Análisis del macroentorno: ¿cuáles factores del macroentorno afectan el desempeño de las unidades de negocio? ¿qué estrategias se pueden plantear para aprovechar las oportunidades.</li> <li>• Identificación de variables de riesgo para las unidades de negocio</li> <li>• Técnicas de proyección de demanda.</li> </ul>	
<p style="text-align: center;"><b>MODULO III ESTUDIO DE COSTOS E INVERSIONES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación y cálculo de costos [fijos y variables] y gastos</li> <li>• Estructura organizacional</li> <li>• Análisis de punto de equilibrio vs. Demanda esperada</li> <li>• Cálculo de precio</li> <li>• Balance y calendario de inversiones <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Activos fijos e intangibles <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Costos contables: depreciación y amortización</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Capital de trabajo</li> </ul>	<p style="text-align: center;">15</p>
<p style="text-align: center;"><b>MODULO IV DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción componentes estratégicos de un negocio: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Definición de la guía estratégica: ideología esencial [misión] y visión</li> <li>○ Definición de objetivos estratégicos</li> <li>○ Definición de metas e indicadores clave para hacerles seguimiento.</li> </ul> </li> <li>• Identificación para cada unidad de negocio de: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Segmentos de mercado:</li> <li>○ Propuesta de valor</li> <li>○ Canales de comunicación, distribución y venta</li> <li>○ Relaciones con los clientes</li> <li>○ Fuentes de ingresos</li> </ul> </li> </ul>	<p style="text-align: center;">12</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Recursos clave</li> <li>○ Actividades clave</li> <li>○ Asociaciones clave</li> <li>○ Estructura de costos</li> <li>• Elaboración de modelo de negocio a partir de una metodología apropiada</li> </ul>	
<b>MODULO V ESTUDIO FINANCIERO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción de flujos de caja libre a partir de los elementos indicados en los estudios previos.</li> <li>• Cálculo y análisis de indicadores financieros <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Costo de capital [WACC]</li> <li>○ Valor presente neto [VPN]</li> <li>○ Tasa interna de retorno [TIR]</li> <li>○ Margen EBITDA</li> </ul> </li> <li>• Introducción al análisis de riesgo: se espera evaluar el impacto, sobre los flujos de caja y rentabilidad de la unidad de negocio, de los cambios en las variables externas sobre las que no tiene control.</li> </ul>	15
<b>MODULO VI FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia de mercadeo <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fidelización clientes</li> <li>○ eCommerce</li> <li>○ Estrategia de plaza</li> <li>○ Estrategias de comunicación <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publicidad</li> <li>▪ Gestión de redes sociales</li> <li>▪ Creación de contenido</li> </ul> </li> <li>○ Estrategias de posicionamiento</li> </ul> </li> <li>• Alianzas estratégicas</li> </ul>	12
<b>3. METODOLOGÍA</b>		
<p>En los diferentes módulos se llevarán a cabo bajo estrategias didácticas de aprendizaje activo, por medio de sesiones teórico-prácticas con talleres, lecturas, estudios y casos de éxito.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases magistrales.</li> <li>• Estudios de caso.</li> <li>• Lecturas e inversión.</li> </ul>		
<b>4. CONFERENCIANTES</b>		
Docentes avalados por el programa de Ingeniería Financiera. La Universidad de Medellín se reserva el cambio de docentes.		