



**UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO**

## **GUÍA DOCENTE**

**El lienzo del modelo de negocio como  
punto de partida del Plan de Marketing**

**MÁSTER EN MARKETING, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN  
PRESENCIAL**

**CURSO ACADÉMICO 2021-2022**

# ÍNDICE

RESUMEN .....	3
DATOS DEL PROFESORADO .....	3
PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA.....	3
OBJETIVOS DE LA SESIÓN .....	3
RESULTADOS DE APRENDIZAJE .....	4
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA .....	4
METODOLOGÍA .....	5
EVALUACIÓN.....	5
BIBLIOGRAFÍA .....	6

## RESUMEN

---

<b>Centro</b>	Facultad de Comunicación		
<b>Titulación</b>	Máster en Marketing, Publicidad y Comunicación		
<b>Asignatura</b>	El lienzo del modelo de negocio como punto de partida del Plan de Marketing	<b>Código</b>	F1P1P03061
<b>Carácter</b>	Obligatoria		
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano		
<b>Curso académico</b>	2021-2022		

## DATOS DEL PROFESORADO

---

<b>Responsable de Asignatura</b>	José Manuel Sánchez Santana
<b>Correo electrónico</b>	josem.sanchez@pdi.atlanticomedio.es
<b>Teléfono</b>	828 019 019

## PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

---

Es incuestionable la necesidad de conocer bien nuestro negocio para poder elaborar un Plan de Marketing excelente. Para ello, es imprescindible disponer de una herramienta sencilla e innovadora como el 'Lienzo del modelo de negocio', actualmente utilizada por las principales empresas de todo el mundo para entender, analizar y mejorar su modelo de negocio. El método consiste en descomponer el modelo de negocio en nueve módulos básicos (segmentos de mercado, propuestas de valor, canales de comercialización, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, *partners* clave y estructura de costes) que cubren las cuatro áreas principales del mismo (clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica). En esta asignatura nos familiarizaremos con dicha herramienta y haremos un caso práctico mediante su aplicación a la empresa escogida para la realización del Proyecto Final, como anteproyecto para el desarrollo la estrategia que servirá como eje para la elaboración de su Plan de Marketing. Para ello se utilizan herramientas de pensamiento de diseño para el análisis, el desarrollo y la síntesis en conclusiones que facilitan la elaboración del 'Lienzo del modelo de negocio'.

## OBJETIVOS DE LA SESIÓN

---

**Objetivo 1**

Transferir a los alumnos una manera de hacer un diagnóstico exprés de una empresa para determinar las partes que la componen.

**Objetivo 2**

Transferir a los alumnos un modelo que ayuda a determinar la forma en que una empresa gana dinero.

**Objetivo 3**

Transferir a los alumnos una manera analizar los clientes de una empresa, sus necesidades y la manera de relacionarse con ellos

**Objetivo 4**

Transferir a los alumnos la manera de representar y evaluar un servicio

**Objetivo 5**

Transferir a los alumnos una forma de sintetizar toda esta información para diseñar una estrategia de partida para la elaboración del Plan de Marketing.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

- Al finalizar esta asignatura, el alumnado será capaz de identificar los aspectos más importantes que definen un negocio desde la perspectiva del marketing:
  - Quienes son los clientes
  - Cuál es la propuesta de valor asociada a sus productos y servicios
  - Cuál es la manera en que la empresa se relaciona con los clientes para atraerlos, mantenerlos en el tiempo y conseguir aumentar sus ingresos.
  - Conocer una manera sencilla de entender la economía de una empresa
- Así mismo serán capaces de elaborar el perfil de un cliente, el *customer journey* y la evaluación del servicio de la empresa.
- Por último, los alumnos serán capaces de generar una *brief* del negocio que permita esbozar una estrategia de partida para la elaboración del Plan de Marketing.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

---

1. Presentaciones (10 minutos).
2. Introducción al pensamiento de diseño aplicado al negocio y al marketing. Introducción a Lean *Startup* (10 minutos).
3. Explicación simplificada de la economía de la empresa: Los 5 modelos económicos donde una empresa compite (35 minutos).
4. Explicación del Lienzo de Modelo de Negocio: se focaliza en el lado derecho del lienzo donde se trabaja el triángulo Cliente-Producto-Captación de clientes (25 minutos).

5. Taller práctico de elaboración de la estrategia del Plan de Marketing: el profesor explica en cada parte los contenidos y herramientas que van a usar los alumnos y estos disponen de un tiempo para aplicarlo a su Proyecto Final.
- 5.1. ¿Quién es el cliente? Elaboración del Arquetipo de clientes (40 minutos).
  - 5.2. ¿Cómo es un día en la vida del cliente? Elaboración del *Customer Journey* (25 minutos).
  - 5.3. Elaboración del Modelo de evaluación del servicio *Servqual* (30 minutos).
  - 5.4. Diseño de las Relaciones con Clientes a desarrollar usando la herramienta del Doble Embudo (40 minutos).
  - 5.5. Resumen ejecutivo de estrategia y líneas de acción (25 minutos).

TOTAL: 240 minutos

## METODOLOGÍA

---

- Taller práctico:
  - o Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas, debate, etc.
  - o Ejercicios prácticos durante la sesión.
- Trabajo de la asignatura.

## EVALUACIÓN

---

### Criterios de evaluación

La evaluación será de 0 a 10, siguiendo el sistema español en cada uno de los ítems a calificar.

	% CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia, participación, implicación y actitud	35%
Trabajo posterior	65%

### Enunciado del trabajo posterior:

Trabajo de evaluación: desarrollar la versión preliminar de la estrategia de marketing que consiste en elaborar las diferentes plantillas de trabajo que se aportan en la presentación:

1. ¿Quién es el cliente? Elaboración del Arquetipo de clientes.
2. ¿Cómo es un día en la vida del cliente? Elaboración del Customer Journey.
3. Elaboración del modelo de evaluación del servicio *Servqual*.
4. Diseño de las Relaciones con Clientes a desarrollar usando la herramienta del Doble Embudo.

5. Lienzo de Modelo de Negocio
6. Propuesta de objetivos para la estrategia.

Como material de apoyo sobre el método *Lean Startup* los alumnos pueden visualizar las listas de reproducción de videos recomendada en la bibliografía (entre 25-30 minutos por lista):

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Libro de referencia: Mejorando el modelo de negocio, *Getting Plan B* en su versión original. Enlaces:

<http://www.getting-to-plan-b.com/>

<https://www.profiteditorial.com/libro/mejorando-modelo-negocio/>

- Visualizar las siguientes listas de reproducción de vídeos (entre 25-30 minutos por lista):

Módulo SB.1C. "Desarrollo de clientes" del curso "*Lean Startup: desarrolla tu modelo de negocio*"

: [https://www.youtube.com/playlist?list=PLbHpMpxszK1EwSCETHe8IO2U0e3TZWyA\\_](https://www.youtube.com/playlist?list=PLbHpMpxszK1EwSCETHe8IO2U0e3TZWyA_)

Módulo SB.3A. "El arquetipo del cliente" del curso "*Lean Startup: desarrolla tu modelo de negocio*": <https://www.youtube.com/playlist?list=PLbHpMpxszK1GGJT3hTJ-izlQuHIQMBWkB>

Módulo SB.3B. "Tipos de mercados" del curso "*Lean Startup: desarrolla tu modelo de negocio*": <https://www.youtube.com/playlist?list=PLbHpMpxszK1GCclafWDvM-Cpd42TiNPIZ>

Módulo SB.4. "Canales" del curso "*Lean Startup: desarrolla tu modelo de negocio*" : <https://www.youtube.com/playlist?list=PLbHpMpxszK1FDvAuTMiPD-t8FYwCOFdMj>

Módulo SB.5. "Relaciones con los clientes" del curso "*Lean Startup: desarrolla tu modelo de negocio*" : [https://www.youtube.com/playlist?list=PLbHpMpxszK1H\\_wVB8ctOxtqghGMDWvkdc](https://www.youtube.com/playlist?list=PLbHpMpxszK1H_wVB8ctOxtqghGMDWvkdc)