

CREACIO D'EMPRESSES (21866)

Titulació/estudi: Grau ADE

Curs: Tercer, quart

Trimestre: Tercer

Nombre de crèdits ECTS: 5 crèdits

Hores de dedicació de l'estudiant: 125 hores

Llengua o llengües de la docència: anglès

Professor: Jeaninne Horowitz Gassol

1. Presentació de l'assignatura

Encara que existeixen moltes definicions d'emprenedoria la majoria estan d'acord que és alguna cosa més que simplement "crear una empresa". És una pràctica i una disciplina més de ser una ciència o un art i és considerat una de les forces principals que mou la majoria de les economies i les societats. Els nous iniciatives són vistos com a font de generació d'ocupació, creixement econòmic i satisfacció personal.

En aquest curs analitzarem el significat d'emprenedoria, el que significa ser un emprenedor i explorar formes de convertir-se en un. Aprendre que l'emprenedoria significa "canvi", que els canvis generen oportunitats i que el treball en equip i el "networking" són essencials. Veurem l'emprenedoria com un procés que pot ser aplicat virtualment en qualsevol escenari de negocis. L'èmfasi del curs estarà en el disseny de models de negocis per a la creació de nous iniciatives i la diferència entre model i pla. El curs prepara per a la recerca idees i oportunitats i per transformar-les en negocis viables.

2. Competències que s'han d'assolir

Competències generals

1. Promoure la recerca i l'ús de recursos per resoldre preguntes i problemes;
2. Promoure l'avaluació crítica i l'anàlisi d'idees, arguments i punts de vista.
3. Desenvolupar capacitats creatives necessàries per a dissenyar nous conceptes de negocis;
4. Desenvolupar un enteniment clar i compromís cap als valors personals;
5. Desenvolupar un pensament sistèmic i holístic

Competències generals

1. Adquirir habilitats per a la recerca, reconeixement i avaluació d'oportunitats que poden ser transformades en negocis viables;
2. Desenvolupar estratègies de negoci utilitzant l'enfocament sistèmic;
3. Entendre els assumptes ètics que formen part de les activitats d'emprenedoria i aprendre a manejar;
4. Adquirir habilitats per a la recerca, reconeixement i avaluació d'oportunitats que poden ser transformades en negocis viables;
5. Identificar idees i oportunitats concretes dins de l'entorn i susceptibles a ser transformades en models de negoci sostenibles;

6. Aplicar els diferents passos del procés de desenvolupar una oportunitat cap a un model de negoci;
7. Elaboració d'estratègies de negoci utilitzant un enfocament sistèmic amb base al model de negocis;
8. Definir el rol que juguen els diferents integrants o socis d'un negoci emergent;
9. Desenvolupar i aplicar tècniques de màrqueting d'acord amb els recursos que s'obtenen i el model de negoci definit;
10. Desenvolupar estratègies per gerenciar els costos i generar ingressos que facin sostenible el model de negocis;
11. Reconèixer la importància dels aspectes ètics per a la sostenibilitat del negoci;

3. Continguts

1. Qui és l'emprenedor? Què és l'emprenedoria? Es discutirà la naturalesa de l'emprenedor seu rol en l'economia i la situació d'emprenedoria a Europa.
2. Creativitat i reconeixement de l'oportunitat. S'analitzarà el significat de la creativitat i les maneres de promoure-la. També s'analitzarà el concepte del reconeixement de l'oportunitat i la seva importància dins el procés empenedor.
3. Emprenedoria i la innovació. Es discutiran assumptes claus referents a la innovació i la seva relació amb el procés empenedor.
4. Creació de nous espais de mercat. Analitzarem les estratègies que s'utilitzen per crear nous espais de mercat que permetin augmentar el valor del negoci i la seva competitivitat.
5. El model de negocis. Es definirà el concepte de model de negoci i s'analitzarà la seva importància i diferència amb el pla de negocis. El estudiarem des del concepte de la proposició de valor, analitzarem els seus components i els utilitzarem en la pràctica per crear un model viable.
6. El mercat i el client. Aprendre a definir els nostres mercats i els nostres clients. Analitzarem les estratègia de segmentació de mercat i dissenyarem estratègies de màrqueting poc convencionals que ens permetin arribar als nostres clients.
7. La Infraestructura el negoci. Analitzarem els recursos i activitats crítics necessaris per a la viabilitat del negoci. Estudiarem la importància de desenvolupar xarxes i networking. Aprendre a definir i desenvolupar les capacitats i competències clau necessàries per a l'empresa.
8. L'economia dels negocis emergents. Analitzarem la importància de desenvolupar estratègies de generació d'ingressos i de costos que millorin el flux de caixa i optimitzi l'ús de recursos escassos.
9. Del model al pla. Estudiarem com portar el model al pla per a la seva presentació davant inversors.

4. Avaluació

La participació activa és un requeriment. S'espera que els estudiants vinguin a la classe preparats i que juguin un rol actiu en les discussions que passaran durant la classe. S'avaluarà la qualitat de la contribució més que la quantitat. La participació / contribució inclou el fer

preguntes, contestar preguntes, estar d'acord o en desacord amb el que es planteja, donar idees i punts de vista sobre els casos, portar exemples a classe, etc.

Els estudiants treballaran en equip. S'organitzaran en equips de fins a 5 estudiants per equip. Els equips hauran de dissenyar el seu pla d'equip, estructura i dinàmica de grup. S'avaluaran mútuament amb relació al seu acompliment i contribució. Els equips hauran de desenvolupar una idea nova per a un negoci i traduir-la en un concepte de negoci ben conceptualitzat, i a partir d'aquest concepte construir un model de negocis. Aquest model haurà de demostrar la viabilitat bàsica del negoci proposat. No es desenvoluparà un pla de negocis i s'ha de fer nota que els assumptes a desenvolupar en un model de negocis difereixen dels d'un pla. L'esquema de model de negocis serà discutit a classe. Els equips hauran d'escriure un informe realitzar una presentació oral davant la classe del seu model de negoci.

Cada equip desenvoluparà un cas d'estudi sobre un esdeveniment emprenedor basant-se en una investigació a un emprenedor i reportaran per escrit el que han après d'aquesta persona i la seva empresa i com en el cas es reflecteix el discutit en les sessions i les lectures. A classe es discutiran els diferents casos amb relació a les diferències i similituds entre ells.

Es realitzarà un examen curt a llibre obert sobre les lectures requerides i el discutit a classe.

La nota final es determinarà de la següent manera: Una nota mínima de 5 es requereix per a cada part .

Participació a classe:	20%
Cas d'estudi:	20%
Examen curt de llibre obert	20%
Model de Negoci:	40%

Els informes i les presentacions seran avaluades d'acord amb els següents criteris: 1. Que tan bé s'integren els conceptes i exemples de les lectures, dissertacions i discussions dins de l'anàlisi. 2. Que tan profund és l'anàlisi. 3. Com flueix la discussió. 4. Va més enllà del descriptiu i incorpora conceptes innovadors. 5. Que tan bé promouen la participació dels oients dins de la discussió. 6. Que tan rellevants i valuosos són les recomanacions que aporten.

5. Bibliografia i recursos didàctics

5.1. Bibliografia bàsica

ARTICLES:

- Anderson, James C., Narus, James A. and van Rossum, Wouter. 2006. "Customer Value Propositions in Business Markets". Harvard Business Review, March, 91-99.
- Bhide, Amar, 1992. "Bootstrap Finance: The art of start-ups". Harvard Business Review, November-December, 109-117.
- Bhide, Amar, 1994. How entrepreneurs craft strategies that work. Harvard Business Review, March-April, 150-161.
- Byers, T., Kist, H. and Sutton, R.I. 1997. "Characteristics of the Entrepreneur: Social Creatures, Not Solo Heroes". Prepared for The Handbook of Technology Management, Richard C. Dorf (Editor), CRC Press LLC, Boca Raton, FL.
- Capozzi, Catherine. 2011. Cost Management Strategies for Business Decisions. eHow. http://www.ehow.com/list_6746341_cost-management-strategies-business-decisions.html
- Domingos, Pedro. 2006 Mining Social Networks for Viral Marketing. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.76.4474>
- Kim, W.C. and Mauborgne, R.A. 1999. "Creating New Market Space", Harvard Business Review, January- February: 83-93.

Mauborgne, R.A. and Kim, W.C. 2004. "Blue Ocean Strategy", Harvard Business Review, October: 76-85.

Kuenmerle, Walter, 2002. A Test for the Fainthearted. Harvard Business Review, May, 122-127.

Mc Kenna, R. 1988. "Marketing in an age of diversity". Harvard Business Review, September-October: 88-95.

Morris, M., Schindehutte, M., Allen, J. 2005. "The entrepreneur's business model: towards a unified perspective". Journal of Business Research, 58;726-735.

Rust, Roland T., Christine Moorman, Gaurav Bhalla. 2010. Rethinking Marketing. Harvard Business Review, Jan-Feb: 94-101.

Schoenberg, Richard, 2003. "An integrated approach to strategy innovation". European Business Journal, 95-103

van den Berg, Ed. 2009. Outsourcing for SMEs. Credit Management, Downloaded 2109 from BNET:
http://findarticles.com/p/articles/mi_qa5308/is_200906/ai_n32128895/?tag=content;col1

Yankelovich and Meer. 2006. "Rediscovering Market Segmentation". Harvard Business Review, March: 122-131.

CASOS D'ESTUDI:

Genersys A. Written by Dr. Tina C. Chini and Professor Julian Birkinshaw, London Business School, 2006

Scotbottle. Written by Rob McLeod of the Scottish Institute for Enterprise and the Centre for Entrepreneurship, Napier University Edinburgh, 2004..

The Pita Principle. Written by Anne Stuart, Inc. Magazine, Aug 2001.

What serves the customer best. Written by Paul F. Nunes and Woodruff W. Driggs, HBR, October 2006.

5.2. Bibliografia complementària

Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. John Wiley and Sons, 2010

5.3. Recursos didàctics

Aula Global i altres recursos web

6. Metodologia

Es tracta d'un curs de deu setmanes estructurat al voltant de vint (20) sessions teòriques de 90 minuts dues vegades per setmana i deu (10) sessions de 90 minuts de seminari un cop per setmana. El curs consistirà en una barreja d'instruments d'aprenentatge que promoguin la comprensió dels problemes crítics que s'enfronten durant el desenvolupament de noves empreses. Es tracta d'un "mans en el camí" ja que anem a establir idees per a la creació d'empreses i desenvolupar a través de projectes de grup.

- Casos d'estudi-Són exemples de situacions de la vida real, oportunitats, problemes i riscos a què s'enfronten els emprenedors. Estaran acompanyats de preguntes que guiaran l'anàlisi.
- Dissertacions - Presentaran teories i exemples actuals. Els estudiants obtenen una visió global del contingut del curs i desenvolupen un pensament crític sobre l'assumpte.
- Exercicis a classe - Són exercicis dins de l'aula orientats a promoure el pensament crític i la interacció de grup.

- Lectures - Es seleccionaran lectures essencials del tema a tractar que donen suport una entesa general de la material.
- Projecte de grup - Presenta als estudiants l'oportunitat de tenir experiència pràctica en el desenvolupament de nous iniciatives.
- Projecte de recerca i desenvolupament de casos d'estudi - Promou la recerca independent per part dels estudiants d'informació i coneixement sobre el tema.
- Presentacions d'estudiants - Proveeixen als estudiants l'oportunitat per expressar-se de manera oral. Els estudiants hauran de presentar els estudis de cas, els treballs de camp, projectes de grup, exercicis i tasques.
- e-learning i videos - Materials en la Web i videos sobre notícies recents, casos pràctics, exemples d'iniciatives que ofereixen informació pràctica per a l'aprenentatge.
- conferencians convidats - Els estudiants escoltaran a emprenedors reals narrar les seves experiències i tindran oportunitat de parlar amb ells. Dependrà de la disponibilitat dels mateixos.

7. Programació d'activitats

Setmana	Dates	Treball dins l'aula				Treball fora de l'aula	
		Sessions de teoria		Sessions seminari		Tasques	Hours
		Activitat	Hores	Activitat	Hores		
1	9 abril - 15 abril	Introducció al curs. El concepte i la importància de l'esperit empresarial	3	Formació d'equips. Exercisi de pluja d'idees.	1,5	Lectura. Recerca sobre emprendreia. Formació de l'equip.	4
2	16 abril - 22 abril	Creativitat i la Innovació. El model de negoci i estratègia	3	Cercar idees. Exercicis de creativitat i de pluja de idees	1,5	Lectura. Preparació de l'estudi de cas. Definició de la idea de negoci	6
3	23 abril - 29 abril	L'oferta: La proposta de valor. La Investigació de la seva idea. Anàlisi de les deficiències. Examen de l'estudi de cas	3	Estructuració de l'equip. Anàlisi d'exemples de models de negoci	1,5	Lectura. Preparació de l'estudi de cas. Desenvolupament de la proposició de valor	9
4	30 abril - 6 maig	El client: perfil i segmentació. Discussió de l'estudi de cas	3	Anàlisi d'exemples de models de negoci	1,5	Lectura. Preparació d'estudis de cas. El desenvolupament de la interfase del client. Investigació de mercat	9
5	7 maig - 13 maig	El client: els canals i estratègies de relació. Estratègies de generació d'ingressos. Discussió de l'estudi de cas	3	Anàlisi d'exemples de models de negoci i l'orientació sobre la tasca de casos d'estudi reals.	1,5	Lectura. Preparació d'estudis de cas. El desenvolupament de la interfase del client i les estratègies dels ingressos. Investigació de mercat.	9
6	14 maig - 20 maig	Infraestructura: els recursos clau, les activitats principals, les xarxes principals. Els processos i les competències bàsiques.	3	Autoavaluació de l'acompliment individual i d'equip	1,5	Lectura. Desenvolupament de la infraestructura. Investigació sobre les competències.	10
7	21 maig - 27 maig	Avaluar i comentar sobre l'estudi de cas dels companys. Desenvolupament de xarxes de suport als negocis	3	Anàlisi de qüestions jurídiques relatives a la creació d'empreses	1,5	Avaluar i comentar sobre l'estudi de cas dels companys. Desenvolupament de xarxes de suport als negocis	10
8	28 maig - 3 June	Estratègia de costos, trobar recursos. Discussió de l'estudi de cas	3	Anàlisi de les qüestions ètiques relatives a la creació d'empreses	1,5	Desenvolupament d'estratègies de costos. La definició de fonts de finançament.	9
9	4 juny - 10 juny	Les presentacions i comentaris dels projectes de models de negoci	3	Revaluació i retroalimentació del rendiment de l'equip	1,5	Lectura i comentaris sobre els models de negocis dels companys. Preparació de la prova.	7
10	11 juny - 17 juny	Del Model de Negoci al Pla de Negoci.	3	Prova de llibre obert	1,5	Lectura i comentaris sobre els models de negocis dels companys. Preparació de la prova.	7
		H. sessions de teoria	30	H. Sessions seminari	15	Total h. Treball en equip i individual	80
						Total hores	125

