

Plan docente

**Curso 2014-2015
Grado de Titulación**

1. Descripción informativa del curso

- Nombre del curso: Creación de Empresas/Emprendeduría Código: E/A/M 21866 IBE 21148
- Número de créditos: 5 ECTS Dedicación: créditos *2,5 h
- Curso 3r, 4t Trimestre: 3er
- Tipo de asignatura: Obligatoria/Optativa
- Centro: Facultad de Economía y Empresas
- Idioma ofrecido: Inglés
- Equipo de enseñanza/ Profesores:
 - Coordinador del Curso: Jeannine Horowitz Gassol
 - Profesores: Jeannine Horowitz Gassol/Elena Rodríguez Blanco

Otras referencias

- Grupos: 3
- Horario:

G1	Teoría	Jeannine Horowitz	l 09:00 a 10:30 m 09:00 a 10:30
101	Seminario	JeannineHorowitz	x 9:00 a 10:30
102	Seminario	Jeannine Horowitz	x 13:00 a 14:30
103	Seminario	Jeannine Horowitz	x 14:30 a 16:00
G2	Teoría	Jeannine Horowitz	l 11:00 a 12:30 m 11:00 a 12:30
201	Seminario	Jeannine Horowitz	x 10:30 a 12:00
202	Seminario	Jeannine Horowitz	x 12:00 a 13:30
203	Seminario	JeannineHorowitz	x 13:30 a 15:00
G3	Teoría	Elena Rodríguez Blanco	l 09:00 a 10:30 m 09:00 a 10:30
301	Seminario	Elena Rodríguez Blanco	x 9:00 a 10:30
302	Seminario	Elena Rodríguez Blanco	x 13:30 a 14:30
- Aulas:
 - G1-G2 Aula de teoría: 40.201
 - 101, 102, 201,201Aula de seminarios 40.201
 - G3 Aula de teoría: 40.152
 - 301, 302 Aula de seminarios: 40.152
- Observaciones: Los Seminarios comienzan el 4 de mayo y concluyen el 8 de junio.

2. Guía de Enseñanza (Campus Global)

- **Presentación**

Hay un gran cantidad de definiciones de emprendeduría y Emprendedores, pero la mayoría estaría de acuerdo que la emprendeduría es más que “empezar su propio negocio”. Es una práctica y disciplina, más que una ciencia o arte y se cree que es la fuerza que está empujando a muchas economías y sociedades.

En este curso analizaremos el significado de emprendeduría y su conexión con innovación. Veremos que el emprender requiere cooperación a través de equipos de trabajo y redes. Aprenderemos que emprender significa cambio, el cambio nos lleva a oportunidades y necesidades que deben ser administradas. Veremos a la emprendeduría como un método que puede ser aplicado en casi todos los tipos de organización. El curso prepara a los estudiantes a buscar ideas, crear oportunidades y desarrollar potencialmente negocios realizables.

- **Competencias Asociadas**

Competencias Generales

1. La capacidad de comunicarse en un segundo idioma.
2. Capacidad de aprender y estar al día con el aprendizaje.
3. La capacidad de comunicarse verbal y por escrito en su lengua materna.
4. Capacidad de ser crítico consigo mismo y hacia fuera.
5. Capacidad de planificar y administrar el tiempo.
6. Capacidad para crear nuevas ideas (creatividad).
7. Capacidad para buscar, procesar y analizar información desde una gran gama de fuentes.
8. Capacidad de identificar, plantear y resolver problemas.
9. Capacidad para aplicar conocimiento en situaciones prácticas.
10. Capacidad de tomar decisiones razonadas.
11. Capacidad de llevar la investigación hasta el nivel apropiado.
12. Capacidad de trabajar en equipo.
13. El conocimiento y la comprensión de la materia y la comprensión de la profesión.
14. Capacidad de trabajar en un contexto internacional.
15. Capacidad de comunicarse con amateurs en su propio campo.
16. Capacidad para el pensamiento abstracto, análisis y síntesis.
17. Espíritu de empresa, capacidad de tomar iniciativa.
18. Las habilidades interpersonales y de interacción.
19. Capacidad de diseñar y administrar proyectos.
20. Capacidad para actuar con responsabilidad social y conciencia cívica.
21. La determinación y la perseverancia en las tareas encomendadas y las responsabilidades tomadas.
22. La apreciación y el respeto por la diversidad y la multiculturalidad.
23. Habilidades en el uso de tecnologías de la información y de las comunicaciones.
24. Capacidad de adaptación y actuación en nuevas circunstancias.
25. Capacidad para evaluar y mantener la calidad del trabajo producido.
26. Capacidad para motivar a la gente y avanzar hacia objetivos comunes.

Competencias específicas

1. Capacidad para analizar y estructurar un problema de una empresa y diseñar una solución (es decir, la creación de un nuevo mercado).
2. Definir criterios según los cuales se define una empresa y vincular los resultados con el análisis del entorno para identificar perspectivas (es decir, FODA, cadena de valor interno y externo).
6. Identificar y utilizar las herramientas adecuadas (es decir, investigación de mercado, análisis estadístico, los ratios comparativos).
7. Identificar temas relacionados como la cultura y la ética y entender su impacto en las organizaciones empresariales.

11. Aprender a aprender, es decir, cómo, cuándo, dónde - se necesitan nuevos desarrollos personales (es decir, la retórica, la presentación, el trabajo en equipo, gestión de personal).
12. Gestión del cambio.
13. La gestión de una empresa mediante la planificación y el control por los conceptos de uso, métodos y herramientas (es decir, el diseño e implementación de estrategias, benchmarking, TQM, etc.)
14. Sobre la base de los conocimientos adquiridos en la universidad, identificar el impacto de la cultura en las operaciones comerciales. (es decir, la posibilidad de vender cerveza de todo el mundo).
16. Entender la tecnología existente y nueva y su impacto para los nuevos / mercados futuros.
17. Comprender los principios de la ingeniería y vincularlos con la gestión (es decir, operaciones, Diagrama de Gantt, tecnología de la información) / conocimientos de gestión empresarial.
20. Comprender los principios de la psicología, identificar las implicaciones para las organizaciones empresariales, y rediseñar (es decir, el trabajo en grupos, equipos, estudios de comportamiento).
23. Entender, leer, hablar, escribir en un idioma extranjero (es decir, trabajar en Inglés como lengua extranjera).

- **Contenidos**

1. Conceptos sobre el espíritu empresarial. Vamos a discutir la naturaleza de la iniciativa empresarial en la economía y el estado de espíritu empresarial en Europa.
2. La relación entre la creatividad, la innovación y el espíritu empresarial. Vamos a explorar el lado creativo de los participantes y discutir temas clave relacionados con la innovación y su relación con el proceso emprendedor.
3. Lluvia de ideas. Vamos a discutir la necesidad de construir ideas con otras personas de manera iterativa.
4. De las ideas a las oportunidades. Vamos a analizar las estrategias que se utilizan para crear nuevos espacios de mercado que pueden aumentar el valor y la competitividad de la empresa.
5. El modelo de negocio. Vamos a definir el concepto de modelo de negocio; analizará su importancia y la diferencia con el plan de negocios. Vamos a estudiarlo desde el concepto de la creación de valor y la captura de valor.
6. El mercado y el cliente. Vamos a aprender a definir nuestros mercados y nuestros clientes. Vamos a analizar la estrategia de segmentación del mercado y diseñar estrategias de marketing no convencionales que nos permitan llegar a nuestros clientes.
7. La infraestructura de negocios. Vamos a analizar los recursos y actividades críticas necesarias para la viabilidad del negocio. Vamos a estudiar la importancia de las redes de desarrollo y creación de redes.
8. La ecuación de beneficio. Vamos a discutir la importancia de desarrollar estrategias para la generación de ingresos y la gestión de costes para mejorar el flujo de efectivo y optimizar el uso de recursos escasos.
9. La financiación de la empresa. Estudiaremos diferentes fuentes de financiamiento y estrategias de financiación para las diferentes necesidades y etapas de los emprendimientos.
10. Poniendo todo junto y el lanzamiento de su negocio.
11. Modelo para planificar. Vamos a estudiar cómo transformar un modelo en un plan de negocios para su presentación a los inversores y cómo utilizar el modelo para el pensamiento estratégico mediante DAFO.
12. La ética de la creación de empresas. Vamos a ver la necesidad de un comportamiento ético para mejorar la innovación.

- **Metodología de la enseñanza**

El enfoque y la organización general del curso

Las sesiones magistrales consisten en una mezcla de discusión de temas relacionados con el espíritu empresarial, análisis de casos, ejercicios de clase, videos, conferencias teórica, e-

learning y presentaciones de los estudiantes, todo lo cual está destinado a promover la comprensión de los problemas críticos que nos ayudan a pensar en nuevas formación de riesgo, sobre todo el desarrollo de una nueva mentalidad y forma de pensar sobre las posibles oportunidades. Aunque no es obligatorio (excepto tres o cuatro sesiones de conferencias, que se definen en el aula virtual, así como la agenda del curso) estas sesiones son la base de la generación de conocimiento para ser utilizado en las sesiones de seminario.

En sesiones de seminarios, que son obligatorios, los estudiantes trabajarán en equipos en la definición de una idea y en la transformación de esa idea en una posible oportunidad a través de la construcción de un modelo de negocio. Además, durante estas sesiones, los estudiantes reportarán sus avances en el proyecto (trabajo fuera del aula) de manera eficiente al profesor y a toda la clase y recibirán retroalimentación. Los estudiantes serán evaluados en términos de esfuerzo de equipo y por supuesto la comprensión

- **Evaluación**

Sistema de evaluación

Actividades evaluadas

- Seminario sesión participación progreso: Los equipos presentarán informes sobre la evolución de su modelo de negocio y recibirán retroalimentación de la reacción del instructor y / o sus compañeros. Los equipos serán clasificados de acuerdo a sus esfuerzos y utilizarán los conocimientos adquiridos en las clases teóricas, la lectura, la interacción del equipo y la investigación. 30 puntos
- Estudio de caso empresarial real: Cada equipo escribirá un breve estudio de caso de una situación empresarial real de su elección y proporcionar un análisis del mismo basado en el material del curso. 20 puntos
- Modelo de negocios: Los equipos estarán obligados a presentar un informe por escrito de su modelo de negocio y dar una presentación de negocios, como de su modelo para el resto de la clase, incluyendo un 1-2 minutos video tipo “pitch talk”. 30 puntos
- Examen (Tipo de prueba). 20 puntos

Requisitos y procesos de recuperación

Como se trata de un curso "experiencial" basado en el trabajo en equipo a lo largo del trimestre, la única calificación que puede ser recuperada es el examen. Se necesita una calificación mínima de 5 en cada una de las actividades evaluadas para aprobar el examen y la asignatura.

- **Sistema de calificación**

Todos los documentos escritos y presentaciones orales serán evaluados en términos de originalidad, habilidades escritas y valor educativo, así como los siguientes criterios:

¿Qué tan bien que los estudiantes integraron en su análisis los conceptos y ejemplos adquiridos durante las clases teóricas del curso, lecturas, debates, los recursos y la investigación fuera?

¿Han ido más allá de lo obvio en su análisis?

¿Qué tan bien desarrollan su análisis?

¿Cómo han hecho el discurso y presentación?

¿Qué tan relevante y valiosas son sus ideas y recomendaciones?

En cuanto al modelo de negocio, se espera que los equipos sean capaces de ir más allá de una simple descripción de la idea inicial, crean un nuevo espacio en el mercado, muestran la innovación y el valor que ofrece, y son capaces de evolucionar su idea inicial de acuerdo con el método mostrado en la clase.

- **Bibliografía y recursos didácticos**

Bibliografía requerida y recursos didácticos

Books:

Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers [Recurso electrónico]. Hoboken, NJ: Wiley.
 Maurya, Ash (2012) Running Lean [Recurso electrónico]: Iterate From Plan A to a Plan That Works. Sebastopol, O'Reilly Media
 Ries, Eric. (2011) The Lean startup [Recurso electrónico] : how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. New York : Crown Business.

Artículos:

Bhide, Amar, 1992. "Bootstrap Finance: The art of start-ups". Harvard Business Review, November-December: 109-117.
 Blank, Steve (2013), "Why the Lean Start-Up Changes Everything," Harvard Business Review, 91, 1-9.
 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.
 Drucker, Peter F (2002), "The discipline of innovation. 1985.," Harvard Business Review, 80, 95-100.
 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.
 McKenna, R. 1988. "Marketing in an age of diversity". Harvard Business Review, September-October: 88-95.
 Rust, Roland T., Christine Moorman, Gaurav Bhalla. 2010. "Rethinking Marketing". Harvard Business Review, Jan-Feb: 94-101.
 van den Berg, Ed, 2009, Outsourcing for SMEs. Credit Management. Downloaded September 2009 from:
 BNET:http://findarticles.com/p/articles/mi_qa5308/is_200906/ai_n32128895/?tag=content;coll

Artículos Web y recursos*

Howe, Jeff, 2003 "The Rise of Crowdsourcing". Wired Magazine June.
<http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>
 Clum, Luke, 2013 "Understanding Agile Design and Why It's Important"
<http://designshack.net/articles/business-articles/understanding-agile-design-and-why-its-important/>
 Smith, S. Best Marketing Strategy: Why Revenue Planning Can Boost Your Bottom Line. Published on Aug. 29, 2011.: <http://biznik.com/articles/best-marketing-strategy-why-revenue-planning-can-boost-your-bottom-line>

*Additional articles and resources may be included in Moodle as the course progresses

Bibliografía recomendada y recursos de enseñanza

Bhide, Amar, 1994. How entrepreneurs craft strategies that work. Harvard Business Review, March-April, 150-161.
 Domingos, Pedro. 2006 Mining Social Networks for Viral Marketing.
 URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.76.4474>
 Kuenmerle, Walter, 2002. A Test for the Fainthearted. Harvard Business Review, May, 122-127.
 Morris, M., Schindehutte, M., Allen, J. 2005. "The entrepreneur's business model: towards a unified perspective". Journal of Business Research, 58;726-735.

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

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

3. Actividades programadas (Aula Global)*

- Datos descriptivos de la asignatura
- Número de créditos: 5 ECTS Número de horas de dedicación: 125
- Tiempo estimados a la asignatura:
 - Dentro del aula: 39
 - Fuera del aula: 86

Programación semanal de actividades de aprendizaje y evaluación

Semanas	Actividades en aulas(clases, seminarios,...)	Tiempo estimado	Actividades fuera del aula (tiempo de estudio, la investigación, la preparación del proyecto)	Tiempo estimado
1	Introducción al curso	1,5	Lectura e investigación	2
2	Conceptos sobre Emprendimiento: ¿Qué es el espíritu empresarial? ¿Quién es un emprendedor	1,5	Lectura e investigación	2
	El vínculo entre la creatividad, la innovación y el espíritu empresarial	1,5	Lectura, investigación y el intercambio de ideas en equipo	4
3	Una lluvia de ideas de negocio. ¿Cuáles son sus pasiones, lo que hay es lo que percibes? ¿Y si ... y ¿cómo podríamos	1,5	Lectura, investigación y el intercambio de ideas en equipo	4
	De ideas a oportunidades	1,5	Lectura e investigación	4
4	Trabajando en las curvas de valor y ERRCS	1,5	Lectura, investigación y el intercambio de ideas en equipo	4
	El modelo de negocio.	1,5	Lectura, investigación y el intercambio de ideas en equipo	4
5	El Cliente. ¿Quién es el cliente? Los objetivos de mercado. La segmentación del mercado. Perfil del cliente.	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, la construcción de modelos de negocios	4
	La fase de cliente: Cómo llegar a sus clientes y crear relaciones.	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, la construcción de modelos de negocio	4
	Informe sobre la marcha BM. La propuesta de valor.	1,5		4
6	La discusión de la guía sobre cómo desarrollar su estudio de caso real de la iniciativa empresarial	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, modelo de cómo construir un negocio . Preparación un caso de estudio	4
	Ecuación de Ganancia I: estrategias de ingresos. La importancia del flujo de caja	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, modelo de cómo construir un negocio . Preparación un caso de estudio	4

	Progreso BM informe: Segmentos de clientes, canales y relaciones y su relación con el vicepresidente	1,5		4
7	La infraestructura de la empresa.	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, modelo de cómo construir un negocio . Preparación un caso de estudio	4
	La infraestructura de la empresa (cont) .El beneficio Ecuación II- La estructura de costos.	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, modelo de cómo construir un negocio . Preparación un caso de estudio	4
	BM informe de progreso: las estrategias de ingresos y su relación con el cliente y la VP.	1,5		4
8	La discusión de las asignaciones de los estudios de casos reales empresariales	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, modelo de cómo construir un negocio . Preparación un caso de estudio	4
	La discusión de las asignaciones de los estudios de casos reales empresariales	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, modelo de cómo construir un negocio . Preparación un caso de estudio	4
	Progreso BM informe: los conductores de infraestructura y de costos y su relación con el resto del sistema modelo.	1,5		4
9	FESTIVO	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, modelo de cómo construir un negocio . Preparación un caso de estudio	4
	Poniendo todo junto y el lanzamiento de su negocio.	1,5	La lectura, la investigación, el trabajo en equipo de intercambio de ideas, modelo de cómo construir un negocio	4
	PPT de los modelos de negocio de equipo	1,5		4
10	Financiando su proyecto	1,5	Lectura y estudio	4
	A partir del modelo de negocio de plan de negocios. Adaptar su negocio a cambio	1,5	Lectura y estudio	4
	PPT de los modelos de negocio de equipo	1,5		4
11	La necesidad de la Innovación Social y Ciudadanía Corporativa	1,5	Lectura y estudio	2
	La discusión de los resultados y consideraciones finales.		Lectura y estudio	3

* Las actividades en color verde representan las clases de seminario y la asistencia es obligatoria. Actividades en el color amarillo representan sesión magistral, donde también se requiere la asistencia obligatoria. Fecha para la prueba online aún no se ha definido, pero se llevará a cabo después de que el curso haya terminado.

