

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

<b>Datos de la asignatura</b>	
Nombre	EMPREDIMIENTO, CREATIVIDAD Y BUSINESS START-UP
Titulación	MBA
Curso	
Semestre	2º
Créditos ECTS	3
Carácter	Optativa
Departamento	Gestión Empresarial
Área	Dirección y organización

<b>Datos del profesorado</b>	
<b>Profesor</b>	
Nombre	Juan Antonio Gil Serra
Departamento	Gestión Empresarial
Área	Organización
e-mail	<a href="mailto:jaqil@comillas.edu">jaqil@comillas.edu</a>
Teléfono	
Horario de Tutorías	Disponibilidad continua vía mail
Nombre	
Departamento	
Área	
e-mail	
Teléfono	
Horario de Tutorías	

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### Contextualización de la asignatura

#### Aportación al perfil profesional de la titulación

El objetivo de esta asignatura, en el marco de la materia Estrategia Empresarial, es proporcionar a los alumnos un acercamiento realista al mundo de la iniciativa empresarial, conociendo los parámetros básicos de la empresa en sus inicios, a partir de la reflexión sobre el proceso de emprendimiento y los elementos críticos para su desarrollo.

Persigue potenciar y proveer el espíritu emprendedor, fomentando la creatividad y la capacidad de generación de ideas que puedan convertirse en atractivas oportunidades de negocio. Para ello, se revisarán mediante trabajo personal y colectivo conceptos y herramientas para (1) potenciar esa generación de ideas; y (2) poder analizar y estimar la posibilidad de que las mismas puedan ser el germen de start-ups de éxito. En este proceso, el alumno aprenderá a definir modelos de negocio, técnicas para evaluar su potencial viabilidad, y la estructura y aspectos críticos de un plan de negocio como herramienta dinámica en el proceso de lanzamiento de un nuevo proyecto empresarial.

Junto a ello, el alumno aprenderá los aspectos prácticos para poder materializar el emprendimiento: desde la comunicación y venta de la oportunidad de negocio a otros *stakeholders*, la búsqueda de fuentes de financiación (deuda, capital riesgo, etc.), la valoración de posibles iniciativas para lanzar la empresa, y primeras actividades y tácticas para poder abordar una nueva start-up.

#### Objetivos

- Reflexionar sobre los aspectos críticos del emprendimiento y potenciar el espíritu emprendedor de los alumnos
- Estimular la capacidad de generación de ideas, y potenciar la habilidad para gestionar procesos creativos que puedan generar nuevas oportunidades de negocio.
- Conocer y practicar, individual y colectivamente, herramientas y enfoques que ayudan y potencian el proceso de emprendimiento, y las posibilidades de éxito de nuevas start-ups.
- Comprender en detalle los aspectos prácticos relacionados con el lanzamiento de nuevas empresas, desde la búsqueda de financiación, a los trámites necesarios o los retos previsibles en las fases iniciales de la vida de una nueva start-up.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

<b>Contenidos – Bloques Temáticos</b>
<b>Tema 1: INTRODUCCION AL EMPRENDIMIENTO</b>
1.1. Claves del emprendimiento 1.2. Perfil del emprendedor 1.3. Proceso de emprendimiento
<b>Tema 2: CREATIVIDAD Y GENERACIÓN DE IDEAS</b>
2.1. Taller de generación de ideas 2.2. Gestión de la creatividad 2.3. Design Thinking
<b>Tema 3: DE LA IDEA A LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO</b>
3.1. Definición del Modelo de Negocio 3.2. Modelo Canvas 3.3. Análisis de la viabilidad de la idea de negocio 3.4. Lean start-up
<b>Tema 4: EL PLAN DE NEGOCIO</b>
4.1. Estructura del Plan de Negocio 4.2. Definiendo una Estrategia 4.3. Plan de Marketing 4.4. Plan de Operaciones y Recursos: aplicando la promesa operativa 4.5. Plan económico financiero y valoración
<b>Tema 5: FINANCIACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE START-UPS</b>
5.1. Financiación de start-ups: convenciendo a los stakeholders 5.2. Aspectos prácticos para el lanzamiento de start-ups 5.3. Opciones y retos en la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales

## Competencias

### Competencias Genéricas del área-asignatura

#### **CG 1. Capacidades cognitivas de análisis y síntesis aplicadas a situaciones de negocios y problemáticas organizativas de gestión**

RA 1. Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamiento de nivel medio.

RA 2. Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en las situaciones planteadas.

RA 3. Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada.

RA 4. Es capaz de resumir y estructurar la información empleando los conceptos adecuados.

#### **CG 2. Gestión de la información y de datos como elementos clave para la toma de decisiones y la identificación, formulación y resolución de problemas empresariales**

RA 1. Busca, conoce, sintetiza y utiliza adecuadamente datos primarios y secundarios procedentes de diversas fuentes.

RA 2. Conoce y usa Internet para buscar y manejar información, textos y datos.

RA 3. Discierne el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información.

#### **CG 3. Resolución de problemas y toma de decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo de una organización empresarial, teniendo en cuenta la interrelación entre las diferentes áreas funcionales y de negocio**

RA 1. Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas.

RA 2. Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.

RA 3. Identifica problemas antes de que su efecto se haga evidente.

RA 4. Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma.

RA 5. Reconoce y busca alternativas a las dificultades de decisión en situaciones reales.

RA 6. Es capaz de ponderar diferentes factores (económicos, sociales y técnicos, entre otros) en el proceso de toma de decisiones y determinar su impacto.

#### **CG 4. Aplicación de conceptos y teorías a las organizaciones empresariales para descubrir nuevas oportunidades de negocio y lograr la generación de ventajas competitivas duraderas**

RA 1. Relaciona conceptos de manera interdisciplinar o transversal.

RA 2. Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación.

RA 3. Determina el alcance y la utilidad de las nociones teóricas.

#### **CG 5. Capacidades interpersonales de escuchar, negociar y persuadir y de trabajo en equipos multidisciplinares para poder operar de manera efectiva en distintos cometidos, y, cuando sea apropiado, asumir responsabilidades de liderazgo en la organización empresarial**

RA 1. Utiliza el diálogo para colaborar y generar buenas relaciones.

RA 2. Muestra capacidad de empatía y diálogo constructivo.

RA 3. Es capaz de despersonalizar las ideas en el marco del trabajo en grupo para orientarse a la tarea.

RA 4. Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias.

RA 5. Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes.

RA 6. Contribuye al establecimiento y aplicación de procesos y procedimientos de trabajo en equipo.

RA 7. Desarrolla su capacidad de liderazgo y no rechaza su ejercicio.

RA 8. Aplica conocimientos y formas de actuación contrastadas en situaciones conocidas a otras que son nuevas o inesperadas.

RA 9. Comprende que lo nuevo es una oportunidad de mejora y es consustancial a la vida profesional.

**CG 6. Compromiso ético en la aplicación de valores morales y los de la organización frente a dilemas éticos y de responsabilidad social corporativa**

RA 1. Asume la deontología y los valores asociados al desempeño de la profesión.

RA 2. Persigue la excelencia en las actuaciones profesionales.

RA 3. Asume una actitud responsable hacia las personas, con los medios y recursos que se utilizan o gestionan.

RA 4. Se preocupa por las consecuencias que su actividad y su conducta puede tener para los demás.

**CG 8. Razonamiento crítico y argumentación acorde con la comprensión del conocimiento y del saber sobre las organizaciones empresariales, su contexto externo y su proceso de administración y dirección**

RA 1. Identifica, establece y contrasta las hipótesis, variables y resultados de manera lógica y crítica.

RA 2. Revisa las opciones y alternativas con un razonamiento crítico que permita discutir y argumentar opiniones contrarias.

**CG 9. Capacidad de aprendizaje autónomo para seguir formándose para aprender a aprender las habilidades cognitivas y los conocimientos relevantes aplicados a la actividad profesional y empresarial**

RA 1. Realiza sus trabajos y su actividad necesitando sólo unas indicaciones iniciales y un seguimiento básico.

RA 2. Busca y encuentra recursos adecuados para sostener sus actuaciones y realizar sus trabajos.

RA 3. Amplía y profundiza en la realización de sus trabajos.

**CG 10. Exhibir iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor en la aplicación de las técnicas de management y el conocimiento a la gestión y al desarrollo de las organizaciones empresariales**

RA 1. Muestra apertura y curiosidad por las temáticas tratadas, más allá de la calificación de su trabajo.

RA 2. Amplía y profundiza en la realización de sus actividades.

RA 3. Propone actividades nuevas, procesos de trabajo o de toma de decisiones nuevos e innovadores.

RA 4. Muestra interés por desarrollar su propio proyecto empresarial.

**Competencias Específicas del área-assignatura**

**CEO 1 – Capacidad para desarrollar un proyecto de negocio sostenible**

RA1 Es sensible a la realidad empresarial que le rodea, adquiriendo un conocimiento y una cierta experiencia útil para una futura actividad emprendedora

RA2 Cuenta con un esquema de trabajo que le permita abordar de manera organizada el proceso de puesta en marcha de una nueva empresa.

RA3 Cuenta con habilidades personales necesarias para crear y/o mantener una empresa.

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura desarrolla fundamentalmente actividades encaminadas a que los alumnos obtengan una visión práctica en el proceso de generación de ideas, identificación de oportunidades de negocio, y posterior lanzamiento de una business start-up, y potenciar el desarrollo de su espíritu emprendedor desde el conocimiento de herramientas de gestión que pueden ayudarles en el proceso de emprendimiento.

Para ello, la metodología docente se basa en sesiones de carácter expositivo realizadas por los profesores de la asignatura, en las cuales se potenciará la discusión y participación activa de los alumnos, la realización de ejercicios y casos de negocio, y la participación en talleres de trabajo guiado, tanto individual como colectivo.

Metodología Presencial: Actividades	Competencias
<p><b>AP1. Lecciones de Carácter Expositivo.</b> Sesiones en las que se presentan los temas de forma clara, estructurada y motivadora, y en las cuales se fomentará la participación activa de los alumnos.</p>	CG2, CG3, CG4, CG8, CG10, CEO1
<p><b>AP2. Análisis y resolución de casos y ejercicios, individuales y colectivos.</b> Ejercicio y resolución de casos y ejercicios planteados por el profesor a partir de una breve lectura o artículo, o cualquier otro tipo de datos o información que planteen un desafío intelectual para los alumnos. En algunas ocasiones, estos ejercicios serán trabajados de forma individual; en otras, lo serán de forma colectiva. En cualquiera de los dos casos, tras ese trabajo serán discutidos de forma participativa por todos los alumnos en el aula.</p>	CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG8, CG9, CG10, CEO1
<p><b>AP3. Presentaciones orales de temas, casos, ejercicios y trabajos.</b> Presentaciones ante el profesor y el resto de los alumnos de casos, ejercicios y trabajos que se vayan desarrollando a lo largo del curso. Algunas de estas presentaciones serán individuales; otras serán en grupo. En ellas, se valorará el contenido expuesto, la organización conceptual y la claridad expositiva, así como la colaboración activa de cada miembro del equipo en el supuesto de presentaciones colectivas. Durante estas presentaciones, el resto de los alumnos tendrán una actitud activa, con aportaciones críticas y constructivas que serán evaluadas.</p>	CG1, CG2, CG5, CG9, CG10, CEO1
Metodología No presencial: Actividades	Competencias
<p><b>ANP1. Estudio individual y lectura organizada.</b> Estudio para comprender, reelaborar y retener el contenido necesario para la gestionar la creatividad, el análisis de ideas y oportunidades de negocio, la estructuración de un plan de negocio, y la puesta en marcha de una nueva empresa. Lectura individual de textos relevantes (libros, revistas, artículos, informes...) relacionados con las materias de estudio.</p>	CG1, CG2, CG8, CG9, CG10, CEO1
<p><b>ANP2. Tutoría académica.</b> Apoyo de los profesores, de carácter individual, a los alumnos para orientarles en el enfoque desarrollo de los trabajos encomendados, así como para comentar y orientar sobre</p>	CG1, CG2, CG3, CG8, CG10, CEO1

<p>vías y medios para entender (o profundizar) en los conceptos trabajados en el curso.</p> <p><b>ANP3. Trabajos monográficos y de investigación.</b> Trabajos de carácter teórico o práctico, generalmente individuales, que implican la lectura de artículos, revistas, informes de investigación, capítulos de libros, informaciones en internet, situaciones reales de empresas, etc, y la redacción de reflexiones personales que vayan más allá de la mera recopilación de información.</p> <p><b>ANP4. Aprendizaje colaborativo.</b> Asignación de los alumnos a grupos de trabajo y planteamiento de tareas que requieren compartir información y recursos para alcanzar el objetivo común; estos trabajos colectivos serán presentados y compartidos en clase en las sesiones de exposiciones orales.</p>	<p>CG1, CG2, CG3, CG8, CG9, CG10, CEO1</p> <p>CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG8, CG10, CEO1</p>
--	---

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	CRITERIOS	PESO
Participación activa del alumno en el aula		20%
Evaluación de casos o ejercicios individuales		25%
Presentaciones oral pública en clase (individual)		15%
Evaluación de casos o ejercicios colectivos		25%
Presentación oral pública en clase (grupo)		15%

Los alumnos que para superar la asignatura acudan a la *Recuperación*, se examinarán de toda la materia de la asignatura (50%) y deberán realizar un trabajo práctico complementario (50%), definido por el profesor, que tendrán que presentar en una exposición oral.

De igual manera, los alumnos con **dispensa de escolaridad** deberán afrontar un examen de toda la materia de la asignatura, y realizar un trabajo complementario práctico, definido por el profesor. Cada una de estas actividades (examen y trabajo) tendrá una ponderación del 50% para al cálculo de la calificación final.

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO *			
HORAS PRESENCIALES			
Clases teóricas	Clases prácticas	Actividades académicamente dirigidas	Presentaciones orales
10	7	7	6
HORAS NO PRESENCIALES			
Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	Realización de trabajos colaborativos	Estudio
5	20	15	5
CRÉDITOS ECTS:			3

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS \*

### Bibliografía Básica

#### Libros de texto

SPINELLI, S. Jr.; ADAMS, R.J. & TIMMONS, J.A. (2016), *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, McGraw-Hill

OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. (2010), *Business Model Generation*, Wiley & Sons.  
www.businessmodelgeneration.com

HARVARD BUSINESS ESSENTIALS (2005), *Entrepreneur's Toolkit*, HBS Press

KIM, W. C. & MAUBORGNE, R. (2005): *Blue Ocean Strategy*. HBS Press

McGRATH, R.G. & MACMILLAN, I. (2000), *The Entrepreneurial Mindset*, HBS Press,

#### Artículos

BHIDE, A. (1994), "How do Entrepreneurs craft Strategies that Work?" Harvard Business Review, March-April

BHIDE, A. (1996), "The Questions Every Entrepreneur Must Answer", Harvard Business Review, November-December 1996, pp. 120-130

BLOCK, Z. & MACMILLAN, I. (1985), "Milestones for Successful Venture Planning", Harvard Business Review, September-October

BROWN, T. (2008), "Design Thinking", Harvard Business Review, June 2008.

DYER, J. H., GREGERSEN, H. B., & CHRISTENSEN, C. M. (2009). "THE INNOVATOR'S DNA (cover story). Harvard Business Review, 87(12), 60-67.

KIM, W, & MAUBORGNE, R (2004), "BLUE OCEAN STRATEGY" Harvard Business Review, 82, 10, pp. 76-84

McGRATH, R.G. & MACMILLAN, I. (1995), "Discovery Driven Planning", Harvard Business Review, July-August

O'REILLY, B. (1999), "What it Takes to Start a Startup", Fortune, June 7, 1999, pp. 135-

RIES, E. (2001), *The Lean Startup*, Portfolio Penguin

SAHLMAN, W.A. (1997), "How to Write a Great Business Plan", Harvard Business Review, July-August

#### Páginas web

Disponibles en el portal de recursos

#### Apuntes

Resúmenes de temas con soporte de transparencias disponibles en el Portal de Recursos

#### Otros materiales

El uso de Internet por parte del estudiante es esencial durante el curso. Para preparar algunas sesiones de trabajo dirigido, el alumno deberá hacer uso de las bases de datos de artículos y literatura académica que Comillas pone a disposición de la comunidad universitaria.

### Bibliografía Complementaria

#### Libros de texto

ALLEE, V. (2003), *The Future of Knowledge*, Butterworth-Heinemann

ARNAL LOSILLA, J.C. Coord. (2003): *Creación de Empresa: Los mejores textos*. Ariel

BARABASI, A-L. (2002), *Linked: The New Science of Networks*, Perseus

CHESBROUGH, H. (2003), *Open Innovation*; Harvard Business School Press



CHRISTENSEN, C.M. (1997), *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business School Press

COLLINS, J. (2001): *Good to Great*, Harper Business

FALLON & SENN (2006), *Juicing the Orange: How to Turn Creativity into a Powerful Business Advantage*, Harvard Business School Press

FARRELL, L.C. (2003), *Getting Entrepreneurial: Creating & Growing Your Own Business in the 21st Century*, Wiley

FOSTER, R. & KAPLAN, S. (2001), *Creative Destruction: Why Companies That Are Built to Last Underperform the Market—and How to Successfully Transform Them*, Currency Doubleday

GOVINDARAJAN, V. & TRIMBLE, C. (2005), *10 Rules for Strategic Innovators*; Harvard Business School Press

HARVARD BUSINESS REVIEW (2003), *The Innovative Enterprise*, Harvard Business School Press

KELLEY, T. (2005), *The Ten Faces of Innovation*, Currency Doubleday

LEVITT, S. D. & DUBNER, S.J. (2005), *Freakonomics: A Rouge Economist Explores the Hidden Side of Everything*, Harper Collins

LENCIONI, P. (1998), *The Five Temptations of a CEO*, Jossey-Bass

MEYER, M. (2007), *The Fast Path to Corporate Growth*, Oxford University Press

MOORE, G. (2005), *Dealing with Darwin*, Penguin Group

NALEBUFF, B. & AYRES, I. (2003), *Why not? How to Use Everyday Ingenuity to Solve Problems Big And Small*, Harvard Business School Press

PERKINS, D. (2003), *King Arthur's Round Table*, John Wiley &

RHEINHOLD, H. (2002), *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Perseus

RUPERTI, V. & CORBETO, S. (2008): *Let's play! La empresa contada a los jóvenes*. Plataforma

WEILL, P. & VITALE, M. (2001), *Place to Space: Migrating to eBusiness Models*, Harvard Business School Press

ZOOK, C. (2001), *Profit from the Core*, Harvard Business School Press,

#### Artículos

Disponibles en el portal de recursos

#### Páginas web

Disponibles en el portal de recursos

## TECHNICAL GUIDE FOR THE COURSE

<b>Key Data for the Course</b>	
<b>Course</b>	<b>ENTREPRENEURSHIP, CREATIVITY AND BUSINESS START-UP</b>
<b>Degree</b>	<b>MBA</b>
<b>Semester</b>	<b>2nd</b>
<b>ECTs Credits</b>	<b>3</b>
<b>Type</b>	<b>Elective</b>
<b>Department</b>	<b>General Management</b>
<b>Área</b>	<b>Management and organization</b>

<b>Faculty Details</b>	
<b>Professor</b>	
<b>Name</b>	<b>Juan Antonio Gil Serra</b>
<b>Department</b>	<b>General Management</b>
<b>Área</b>	<b>Organization</b>
<b>e-mail</b>	<b>jagil@comillas.edu</b>
<b>Phone</b>	
<b>Schedule for tutoring</b>	<b>Continuous availability through mail</b>
<b>Name</b>	
<b>Department</b>	
<b>Área</b>	
<b>e-mail</b>	
<b>Phone</b>	
<b>Schedule for tutoring</b>	

## SPECIFIC DATA FOR THE COURSE

### Context of the course

#### Contribution to the professional profile

This course introduces the student to entrepreneurship. Within the area of Strategy, this course will provide a pragmatic approach to the reality of the enterprises, focusing in the basic factors and activities in their early stages, and reflecting on the entrepreneurial process and the key elements for its successful development.

Connecting theory and practice, this course will cultivate the entrepreneurship spirit of the students, promoting the creativity and the ability to generate ideas that could become attractive business opportunities. Through both individual and group activities, we will review and work on different concepts and tools (1) to foster the ability to generate ideas, and (2) to analyze and assess the potential for those ideas becoming the seed for successful start-ups. In this process, each student will practice how to define business models, techniques to evaluate their potential viability, and the structure and key components of a business plan, as a dynamic tool in the process of launching a new business project.

Also, the students will reflect and practice on how to make the new business a reality through: good communication, capacity to sell the business opportunity to other stakeholders, securing the appropriate sources of financing (debt, venture capital...), evaluation of the potential paths in the early stages, assessing the first activities and tactics to develop a new start-up...

#### Objetives

- To reflect on the key aspects of entrepreneurship, and to foster the entrepreneurial spirit of the students
- To increase the ability to generate ideas, as well as to manage creative processes, that could generate new business opportunities
- To know and practice, individually and in groups, different tools and approaches that could support the entrepreneurial process, and increase the probability for success in new start-ups.
- To understand in detail the practical aspects related to the launch of a new venture, including the procurement of financing, the legal and administrative requirements, or the expected challenges during the initial stages in the life of a new start-up.

## CONTENTS AND MODULES

<b>Contents</b>
<b>1.- INTRODUCTION TO ENTREPRENEURSHIP</b>
1.1. Entrepreneurship: Key aspects 1.2. Profile of the entrepreneurs 1.3. The entrepreneurial process
<b>2.- CREATIVITY AND IDEA GENERATION</b>
2.1. Workshop on Ideas generation 2.2. Managing creativity 2.3. Design Thinking
<b>3.- FROM THE IDEA TO THE BUSINESS OPPORTUNITY</b>
3.1. Definition of a Business Model 3.2. The business model canvas 3.3. Viability assesment 3.4. Lean start-up
<b>4.- THE BUSINESS PLAN</b>
4.1. General structure of a Business Plan 4.2. Strategy and Value proposition definition 4.3. Marketing Plan 4.4. Operations and Resources Plan 4.5. Financial plan and valuation of the opportunity
<b>5.- FINANCING AND EARLY STAGES IN A START-UP</b>
5.1. Financing a Start-Up: convincing stakeholders 5.2. Practical aspect to launch a new start-up 5.3. Options and challenges in the early stages of new ventures

## Competences

### Generic Competences

#### **CG 1. Capacidades cognitivas de análisis y síntesis aplicadas a situaciones de negocios y problemáticas organizativas de gestión**

- RA 1. Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamiento de nivel medio.
- RA 2. Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en las situaciones planteadas.
- RA 3. Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada.
- RA 4. Es capaz de resumir y estructurar la información empleando los conceptos adecuados.

#### **CG 2. Gestión de la información y de datos como elementos clave para la toma de decisiones y la identificación, formulación y resolución de problemas empresariales**

- RA 1. Busca, conoce, sintetiza y utiliza adecuadamente datos primarios y secundarios procedentes de diversas fuentes.
- RA 2. Conoce y usa Internet para buscar y manejar información, textos y datos.
- RA 3. Discierne el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información.

#### **CG 3. Resolución de problemas y toma de decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo de una organización empresarial, teniendo en cuenta la interrelación entre las diferentes áreas funcionales y de negocio**

- RA 1. Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas.
- RA 2. Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.
- RA 3. Identifica problemas antes de que su efecto se haga evidente.
- RA 4. Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma.
- RA 5. Reconoce y busca alternativas a las dificultades de decisión en situaciones reales.
- RA 6. Es capaz de ponderar diferentes factores (económicos, sociales y técnicos, entre otros) en el proceso de toma de decisiones y determinar su impacto.

#### **CG 4. Aplicación de conceptos y teorías a las organizaciones empresariales para descubrir nuevas oportunidades de negocio y lograr la generación de ventajas competitivas duraderas**

- RA 1. Relaciona conceptos de manera interdisciplinar o transversal.
- RA 2. Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación.
- RA 3. Determina el alcance y la utilidad de las nociones teóricas.

#### **CG 5. Capacidades interpersonales de escuchar, negociar y persuadir y de trabajo en equipos multidisciplinares para poder operar de manera efectiva en distintos cometidos, y, cuando sea apropiado, asumir responsabilidades de liderazgo en la organización empresarial**

- RA 1. Utiliza el diálogo para colaborar y generar buenas relaciones.
- RA 2. Muestra capacidad de empatía y diálogo constructivo.
- RA 3. Es capaz de despersonalizar las ideas en el marco del trabajo en grupo para orientarse a la tarea.
- RA 4. Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias.
- RA 5. Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes.
- RA 6. Contribuye al establecimiento y aplicación de procesos y procedimientos de trabajo en equipo.
- RA 7. Desarrolla su capacidad de liderazgo y no rechaza su ejercicio.

RA 8. Aplica conocimientos y formas de actuación contrastadas en situaciones conocidas a otras que son nuevas o inesperadas.

RA 9. Comprende que lo nuevo es una oportunidad de mejora y es consustancial a la vida profesional.

**CG 6. Compromiso ético en la aplicación de valores morales y los de la organización frente a dilemas éticos y de responsabilidad social corporativa**

RA 1. Asume la deontología y los valores asociados al desempeño de la profesión.

RA 2. Persigue la excelencia en las actuaciones profesionales.

RA 3. Asume una actitud responsable hacia las personas, con los medios y recursos que se utilizan o gestionan.

RA 4. Se preocupa por las consecuencias que su actividad y su conducta puede tener para los demás.

**CG 8. Razonamiento crítico y argumentación acorde con la comprensión del conocimiento y del saber sobre las organizaciones empresariales, su contexto externo y su proceso de administración y dirección**

RA 1. Identifica, establece y contrasta las hipótesis, variables y resultados de manera lógica y crítica.

RA 2. Revisa las opciones y alternativas con un razonamiento crítico que permita discutir y argumentar opiniones contrarias.

**CG 9. Capacidad de aprendizaje autónomo para seguir formándose para aprender a aprender las habilidades cognitivas y los conocimientos relevantes aplicados a la actividad profesional y empresarial**

RA 1. Realiza sus trabajos y su actividad necesitando sólo unas indicaciones iniciales y un seguimiento básico.

RA 2. Busca y encuentra recursos adecuados para sostener sus actuaciones y realizar sus trabajos.

RA 3. Amplía y profundiza en la realización de sus trabajos.

**CG 10. Exhibir iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor en la aplicación de las técnicas de management y el conocimiento a la gestión y al desarrollo de las organizaciones empresariales**

RA 1. Muestra apertura y curiosidad por las temáticas tratadas, más allá de la calificación de su trabajo.

RA 2. Amplía y profundiza en la realización de sus actividades.

RA 3. Propone actividades nuevas, procesos de trabajo o de toma de decisiones nuevos e innovadores.

RA 4. Muestra interés por desarrollar su propio proyecto empresarial.

**Specific Competences**

**CEO 1 – Capacidad para desarrollar un proyecto de negocio sostenible**

RA1 Es sensible a la realidad empresarial que le rodea, adquiriendo un conocimiento y una cierta experiencia útil para una futura actividad emprendedora

RA2 Cuenta con un esquema de trabajo que le permita abordar de manera organizada el proceso de puesta en marcha de una nueva empresa.

RA3 Cuenta con habilidades personales necesarias para crear y/o mantener una empresa.

## TEACHING METHODOLOGY

### General methodological aspects for the course

This course includes activities that will ensure that the students achieve a practical vision in the process of idea generation, identification of business opportunities and launch on new business start-ups. Also, the activities are intended to promote the development of the entrepreneurial spirit of students, building upon several managerial tools that could be useful in the entrepreneurial process.

The teaching methodology will be based on sessions in which the professors will lecture on the topic, while promoting the debate and active participation of the students, the preparation of exercises and business cases, and the involvement in the planned workshops, both individually and in groups.

### Classroom methodology: Activities

### Competences

**1. Lectures.** The professor will present and explain specific topics about the different aspects of the entrepreneurial activity, The active participation of the students in these sessions will be promoted

CG2, CG3, CG4, CG8, CG10, CEO1

**2. Analysis and resolution of cases and exercises, both individually and in groups.** Focusing on the main entrepreneurship problems, some specific cases and exercises will be analyzed and discussed. They will be supported by a brief reading or article, or any other type of data and information to be shared with the students. These cases and exercises will be worked individually or in groups, as preparation for the pleno discussions in the classroom.

CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG8, CG9, CG10, CEO1

**3. Presentation in class of cases, exercises and other homework.** The different activities such as exercises, cases... will be presented in front of the professor and the rest of the classmates. Some of these presentations will be individual, others will be in groups. The aspects that will be evaluated include the content presented as well as the organization and structure of the presentation, and the clarity of the messages. During the presentations, the rest of the students will have an active role, with contributions and feedback, that will be also evaluated.

CG1, CG2, CG5, CG9, CG10, CEO1

### Non-classroom methodology: Activities

### Competences

**1. Individual study, reading and preparation.** Study and Reading to understand and become familiar with the content and tools that would support the management of creativity, analysis of ideas and business opportunities, structuring of a business plan, and the launch of a new business. Individual preparation through the relevant readings (books, magazines, articles, reports...) related to the topics covered.

CG1, CG2, CG8, CG9, CG10, CEO1

**2. Academic Tutorials and monitoring.** Support available from the professor, on an individual basis, to guide the students in the different assignments of the course, and also to comment and provide additional resources to go deeper into the concepts and tools covered in the course.

CG1, CG2, CG3, CG8, CG10, CEO1

<p><b>3. Assignments.</b> Investigation papers, theoretical and/or practical, prepared individually. They will involve reading articles, magazines, internet news and posts, reports, etc. and then developing your own personal reflections, going beyond that the pure information recompilation.</p>	<p>CG1, CG2, CG3, CG8, CG9, CG10, CEO1</p>
<p><b>4. Collaborative learning.</b> Formation of work groups within the class that will address some tasks. These tasks will require sharing information and resources to reach the common objective of the course. The outputs will be presented in class.</p>	<p>CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG8, CG10, CEO1</p>

### EVALUATION AND GRADING CRITERIA

Evaluation activities	WEIGHT
Active participation in the Classroom	20%
Evaluation of individual cases and assignments	25%
Oral presentations in class (individually)	15%
Evaluation of group cases and assignments	25%
Oral presentations in class (group)	15%

For the students that do not pass the course in the ordinary period, there will be an exam covering all the content of the course (50%) and they will prepare an additional pragmatic work (50%), defined by the professor, that will be presented.

Also, for those students with a waiver for class attendance, there will be a final exam covering all the content of the course, and they will have to prepare a pragmatic work, defined by the professor. Each one of these activities (exam and work) will weight 50% for the calculation of the final grade of the student.

SUMMARY OF THE WORKING HOURS FOR STUDENTS *			
CLASSROOM ACTIVITIES			
Lectures	Practical workshops	Guided activities	Presentations
10	7	7	6
NON.CLASSROOM ACTIVITIES			
Autonomous individual work (theoretical content)	Autonomous work about practical content	Collaborative / group assignments	Study
5	20	15	5
ECTS:			3



## REFERENCES AND RESOURCES \*

### Basic References

#### Books

- SPINELLI, S. Jr.; ADAMS, R.J. & TIMMONS, J.A. (2016), *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, McGraw-Hill
- OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. (2010), *Business Model Generation*, Wiley & Sons.  
www.businessmodelgeneration.com
- RIES, E. (2011), *The Lean Startup*, Penguin Business
- HARVARD BUSINESS ESSENTIALS (2005), *Entrepreneur's Toolkit*, HBS Press
- KIM, W. C. & MAUBORGNE, R. (2005): *Blue Ocean Strategy*. HBS Press
- McGRATH, R.G. & MACMILLAN, I. (2000), *The Entrepreneurial Mindset*, HBS Press,

#### Articles

- BHIDE, A. (1994), "How do Entrepreneurs craft Strategies that Work?" Harvard Business Review, March-April
- BHIDE, A. (1996), "The Questions Every Entrepreneur Must Answer", Harvard Business Review, November-December 1996, pp. 120-130
- BLOCK, Z. & MACMILLAN, I. (1985), "Milestones for Successful Venture Planning", Harvard Business Review, September-October
- BROWN, T. (2008), "Design Thinking", Harvard Business Review, June 2008.
- DYER, J. H., GREGERSEN, H. B., & CHRISTENSEN, C. M. (2009). "THE INNOVATOR'S DNA (cover story). Harvard Business Review, 87(12), 60-67.
- KIM, W, & MAUBORGNE, R (2004), "BLUE OCEAN STRATEGY" Harvard Business Review, 82, 10, pp. 76-84
- McGRATH, R.G. & MACMILLAN, I. (1995), "Discovery Driven Planning", Harvard Business Review, July-August
- O'REILLY, B. (1999), "What it Takes to Start a Startup", Fortune, June 7, 1999, pp. 135-
- SAHLMAN, W.A. (1997), "How to Write a Great Business Plan", Harvard Business Review, July-August

#### Web pages

Available in the course web

#### Notes

Summaries of each module, available in the course web

#### Other materials

Using internet will be critical during the course. To prepare some workshops, the student will need to use the databases and academic literature and resources available through the student community.

### Other references

#### Books

- ALLEE, V. (2003), *The Future of Knowledge*, Butterworth-Heinemann
- ARNAL LOSILLA, J.C. Coord. (2003): *Creación de Empresa: Los mejores textos*. Ariel
- BARABASI, A-L. (2002), *Linked: The New Science of Networks*, Perseus
- CHESBROUGH, H. (2003), *Open Innovation*; Harvard Business School Press

CHRISTENSEN, C.M. (1997), *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business School Press

COLLINS, J. (2001): *Good to Great*, Harper Business

FALLON & SENN (2006), *Juicing the Orange: How to Turn Creativity into a Powerful Business Advantage*, Harvard Business School Press

FARRELL, L.C. (2003), *Getting Entrepreneurial: Creating & Growing Your Own Business in the 21st Century*, Wiley

FOSTER, R. & KAPLAN, S. (2001), *Creative Destruction: Why Companies That Are Built to Last Underperform the Market—and How to Successfully Transform Them*, Currency Doubleday

GOVINDARAJAN, V. & TRIMBLE, C. (2005), *10 Rules for Strategic Innovators*; Harvard Business School Press

HARVARD BUSINESS REVIEW (2003), *The Innovative Enterprise*, Harvard Business School Press

KELLEY, T. (2005), *The Ten Faces of Innovation*, Currency Doubleday

LEVITT, S. D. & DUBNER, S.J. (2005), *Freakonomics: A Rouge Economist Explores the Hidden Side of Everything*, Harper Collins

LENCIONI, P. (1998), *The Five Temptations of a CEO*, Jossey-Bass

MEYER, M. (2007), *The Fast Path to Corporate Growth*, Oxford University Press

MOORE, G. (2005), *Dealing with Darwin*, Penguin Group

NALEBUFF, B. & AYRES, I. (2003), *Why not? How to Use Everyday Ingenuity to Solve Problems Big And Small*, Harvard Business School Press

PERKINS, D. (2003), *King Arthur's Round Table*, John Wiley &

RHEINHOLD, H. (2002), *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Perseus

RUPERTI, V. & CORBETO, S. (2008): *Let's play! La empresa contada a los jóvenes*. Plataforma

WEILL, P. & VITALE, M. (2001), *Place to Space: Migrating to eBusiness Models*, Harvard Business School Press

ZOOK, C. (2001), *Profit from the Core*, Harvard Business School Press,

**Articles**

Available in the course web

**Web pages**

Available in the course web