

TECHNICAL GUIDE FOR THE COURSE

Key Data for the Course	
Course	EMPRENDIMIENTO GLOBAL / GLOBAL ENTREPRENEURSHIP
Degree	Msc. in International Management (MIM)
Semester	1st
ECTs Credits	3
Type	Elective
Departament	General Management
Àrea	Management and organization

Faculty Details	
Professors	
Name	Juan Antonio Gil Serra
Departament	General Management
Àrea	Organization
e-mail	jagil@comillas.edu
Phone	
Schedule for tutoring	Continuous availability through mail
Name	
Departament	
Àrea	
e-mail	
Phone	
Schedule for tutoring	

SPECIFIC DATA FOR THE COURSE

Context of the course

Contribution to the professional profile

This course introduces the student to entrepreneurship in a global context. Within the area of Strategy, this course will provide a pragmatic approach to the reality of global 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 international 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 global potential for those ideas becoming the seed for successful global 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 international business project.

Also, the students will reflect and practice on how to make the new global 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 international start-up...

Objetives

- To reflect on the key aspects of entrepreneurship in a global context, 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 global business opportunities
- To know and practice, individually and in groups, different tools and approaches that could support the entrepreneurial process in different markets, and increase the probability for success in new international start-ups.
- To understand in detail the practical aspects related to the launch of a new global 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

Contents
1.- INTRODUCTION TO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP
1.1. Entrepreneurship in a global context: Key aspects 1.2. Profile of the global entrepreneurs 1.3. The entrepreneurial process 1.4. Ethics and entrepreneurship
2.- CREATIVITY AND IDEA GENERATION
2.1. Workshop on ideas generation with global potential 2.2. Managing creativity 2.3. Design Thinking
3.- FROM THE IDEA TO THE BUSINESS OPPORTUNITY
3.1. Definition of a Business Model 3.2. The business model canvas 3.3. Global Viability assessment 3.4. Lean start-up
4.- THE BUSINESS PLAN
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
5.- FINANCING AND EARLY STAGES IN A GLOBAL START-UP
5.1. Financing a Start-Up: convincing stakeholders 5.2. Practical aspect to launch a new international 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 globales y problemáticas organizativas de gestión internacional

RA 1. Es capaz de enfrentarse con el estudio analítico de casos y escenarios, así como de llevar a efecto síntesis de información y de datos.

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. Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas.

RA 2. Busca, conoce, sintetiza y utiliza adecuadamente datos primarios y secundarios procedentes de diversas fuentes.

RA 3. Discierne el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información, contrastándolas, analizándolas críticamente e incorporando valoraciones propias.

RA 4. Incorpora la información a su propio discurso.

RA 5. Cita adecuadamente las fuentes que utiliza

CG 3. Resolución de problemas y toma de decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo de una organización empresarial global, teniendo en cuenta la interrelación entre las diferentes áreas funcionales y de negocio, así como entre los distintos mercados geográficos

RA 1. Conoce y comprende las diferentes estrategias de internacionalización que puede poner en práctica una empresa global, identificando los dilemas éticos y de gobierno que se derivan de las mismas.

RA 2. Es capaz de enfrentarse con el estudio analítico de casos, haciendo uso de información y datos, en muchos casos incompletos.

RA 3. Identifica y define, adecuada y proactivamente, el problema y sus posibles causas.

RA 4. Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.

CG 5. Ejercicio de una mentalidad global aplicada a la escucha, la negociación y el trabajo en equipos multidisciplinares para poder operar de manera efectiva en distintos cometidos, y, cuando sea apropiado, asumir responsabilidades de liderazgo en una organización internacional

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

RA 2. Escucha las opiniones de los demás y establece diálogos constructivos.

RA 3. Es capaz de realizar un intercambio persuasivo de ideas a través de un proceso negociador para llegar a acuerdos con otros.

RA 4. Conoce la técnica del debate y la oratoria y sabe emplearla en cuestiones profesionales.

RA 5. Valorar el potencial del conflicto como motor de cambio e innovación.

RA 6. Comunica sus ideas de manera efectiva y argumentada.

RA 7. Busca el valor de los demás miembros del equipo y potencia sus habilidades y fortalezas, haciendo que se sientan parte importante del equipo.

RA 8. Lidera el trabajo del equipo, organizando y delegando las tareas correctamente.

CG 6. Compromiso ético en la aplicación de valores morales universales y de la organización frente a dilemas éticos y de responsabilidad social corporativa, con especial sensibilidad ante la diversidad internacional

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, y con los medios y recursos que se utilizan o gestionan en una organización.

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

RA 5. Incorpora en su discurso y en sus propuestas de actuaciones, las consecuencias que las mismas pueden tener para los distintos stakeholders de una organización global.

RA 6. Comprende y valora perspectivas culturales e ideológicas distintas

CG 7. Capacidad de gestión del tiempo con el objetivo de mejorar la efectividad personal y del equipo dentro del marco de las organizaciones empresariales, su entorno y su gestión.

RA 1. Es capaz de organizarse y cumplir con los plazos asignados a las tareas.

RA 2. Jerarquiza tiempos y energías a la hora de llevar a efecto su estudio.

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

RA 1. Identifica los supuestos y las limitaciones de métodos y teorías.

RA 2. Identifica, establece y contrasta hipótesis, variables y resultados de manera lógica y crítica.

RA 3. Es capaz de construir un discurso propio, en un contexto de debate y de intercambio de opiniones

CG 9. Capacidad de aprendizaje autónomo para seguir formándose, en el desarrollo de las habilidades cognitivas y en la adquisición de los conocimientos relevantes aplicados a la actividad profesional y empresarial de un manager internacional

RA 1. Es capaz de recopilar, preparar y ampliar información con carácter previo a su participación en actividades que implican la construcción de un discurso propio argumentado o la propuesta de soluciones innovadoras a un problema.

RA 2. Realiza sus trabajos y su actividad necesitando sólo unas indicaciones iniciales y un seguimiento básico, poniendo en práctica las habilidades necesarias para la investigación independiente.

RA 3. Busca y encuentra recursos adecuados para sostener sus actuaciones y realizar sus trabajos.

CG 10. Reconocimiento como ciudadanos globales, que valoran la diversidad y el diálogo intercultural como fuente de enriquecimiento humano

RA 1. Respeta, valora y celebra la diversidad y tiene una mentalidad cosmopolita.

RA 2. Se interesa por conocer y reflexionar críticamente sobre los problemas mundiales y sobre cómo interactúan en su vida y en la de los demás.

RA 3. Se siente parte de una sociedad "glocal", cada vez más plural y heterogénea, en la que coexisten diferentes identidades, culturas y religiones.

RA 4. Participa activamente en aquellas actividades que le exponen a opiniones y realidades diferentes a las suyas propias.

Specific Competences

CE OPT1. Conocimiento y comprensión de los modelos y de las herramientas necesarios para identificar una oportunidad de negocio global, y para definir y desarrollar un proyecto de emprendimiento en un contexto internacional

RA 1. Comprende y valora la relevancia de la acción de emprender en un entorno globalizado

RA 2. Es capaz de generar ideas de negocio internacionales

RA 3. Dispone de argumentos para evaluar críticamente ideas de negocios con potencial global

RA 4. Identifica la estrategia más apropiada para perseguir una oportunidad de negocio internacional

RA 5. Sabe cómo desarrollar un modelo de negocio global y como definir un plan de negocios, concretándolo en un documento que puede ser sometido a evaluación externa.

RA 6. Entiende las habilidades personales y directivas, y los recursos necesarios para crear una empresa internacional, y se compromete en su desarrollo.

TEACHING METHODOLOGY

General methodological aspects for the course	
<p>This course includes activities that will ensure that the students achieve a practical vision in the process of idea generation, identification of global business opportunities and launch on new business start-ups with international reach. 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.</p> <p>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.</p>	
Classroom methodology: Activities	Competences
<p>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</p>	CG2, CG3, CG8, CG9, CEOPT1
<p>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.</p>	CG1, CG2, CG3, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CEOPT1
<p>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.</p>	CG1, CG2, CG3, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CEOPT1
Non-classroom methodology: Activities	Competences
<p>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.</p>	CG2, CG3, CG8, CG9, CEOPT1
<p>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.</p>	CG7, CG8, CG9, CEOPT1

<p>3. Assignments. 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, CG7, CG8, CEOPT1</p>
<p>4. Collaborative learning. 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, CG5, CG6, CG7, CG8, CG10, CEOPT1</p>

EVALUATION AND GRADING CRITERIA

Evaluation activities	WEIGHT
Active participation in the Classroom	10%
Evaluation of individual cases and assignments	25%
Evaluation of group cases and assignments	25%
Oral presentations in class (group)	10%
Individual Exam	30%

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

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
TIMMONS, J.A. & SPINELLI, S.Jr. (2009), <i>New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century</i> , Irwin McGraw-Hill
OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. (2010), <i>Business Model Generation</i> , Wiley & Sons. www.businessmodelgeneration.com
RIES, E. (2011), <i>The Lean Startup</i> , Penguin Business
HARVARD BUSINESS ESSENTIALS (2005), <i>Entrepreneur's Toolkit</i> , HBS Press
KIM, W. C. & MAUBORGNE, R. (2005): <i>Blue Ocean Strategy</i> . HBS Press
McGRATH, R.G. & MACMILLAN, I. (2000), <i>The Entrepreneurial Mindset</i> , 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