



## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Business Start-ups/New Business Creation
Código	E000008399
Título	<a href="#">Grado en Administración y Dirección de Empresas</a>
Impartido en	Grado en Administración y Dirección de Empresas (E-2) [Cuarto Curso] Grado en Administración y Dirección de Empresas (E-2) - Bilingüe en inglés [Cuarto Curso]
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Departamento de Gestión Empresarial
Responsable	Juan Antonio Gil Serra
Horario	Consultar a tal efecto los horarios de los diferentes grupos y titulaciones en los que se imparte.
Horario de tutorías	Solicitar cita por e-mail

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
Nombre	Juan Antonio Gil Serra
Departamento / Área	Departamento de Gestión Empresarial
Correo electrónico	jagil@comillas.edu
<b>Profesor</b>	
Nombre	Alfonso Carcasona García
Departamento / Área	Departamento de Gestión Empresarial
Correo electrónico	acarcasona@icade.comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
<p>El objetivo de la asignatura es proveer a los alumnos de los conocimientos y herramientas necesarios para la creación de empresas y la elaboración de planes de negocio.</p> <p>Persigue desarrollar el espíritu emprendedor, estimular la capacidad de buscar ideas y oportunidades de negocio y proporcionar instrumentos que permitan analizar y estimar la posibilidad de que tales ideas se</p>



conviertan en empresas reales (gracias a técnicas de generación, evaluación e implantación de ideas que le permitan definir la idea de negocio y la búsqueda de oportunidades empresariales).

El alumno aprenderá a elaborar un plan de negocio y entender su utilidad para la correcta puesta en marcha de un nuevo negocio, así como a realizar un autodiagnóstico de cara a la búsqueda de financiación (deuda, participación de capital riesgo, etc.) para el nuevo proyecto empresarial.

Además, la asignatura facilita al alumno la materialización y puesta en práctica de su conocimiento y comprensión del funcionamiento de una empresa y del papel que ésta desempeña en el contexto actual. Todos esos conocimientos se integran en el desarrollo del correspondiente plan de negocio (concepto general y estructura del plan de empresa; plan de comercialización y marketing; plan de producción; gestión de los recursos humanos; diseño organizativo; plan financiero; análisis de la viabilidad económica del negocio; y obligaciones legales y trámites necesarios para poder fundar la empresa).

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

<b>CG01</b>	Capacidad de análisis y síntesis	
	<b>RA1</b>	Ser capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas
	<b>RA2</b>	Disponer de diversas estrategias de búsqueda de información
	<b>RA2</b>	Contrastar las fuentes, criticarlas y hacer valoraciones propias
<b>CG02</b>	Resolución de problemas y toma de decisiones	
	<b>RA1</b>	Identificar y definir adecuadamente el problema y sus posibles causas
	<b>RA2</b>	Plantear posibles soluciones pertinentes y diseñar un plan de acción para su aplicación
	<b>RA3</b>	Reconocer y buscar alternativas a las dificultades de aprendizaje teórico y práctico
<b>CG03</b>	Capacidad de organización y planificación	
	<b>RA1</b>	Planificar un proyecto complejo
	<b>RA2</b>	Ser capaz de asumir responsabilidades
	<b>RA3</b>	Organizar actividades en forma de procesos y secuencias eficientes
<b>CG15</b>	Adaptación al cambio	
		Mantener el dinamismo y el control en situaciones de presión de tiempo.



	<b>RA1</b>	mantener el entusiasmo y el control en situaciones de presión de tiempo, desacuerdo, oposición o adversidad
	<b>RA2</b>	Aplicar conocimientos y formas de actuación contrastadas en situaciones conocidas a otras que son nuevas o inesperadas
<b>CG16</b>	Orientación a la acción y a la calidad	
	<b>RA1</b>	Mostrar apertura a la innovación y al trabajo colaborador
	<b>RA2</b>	Identificar correctamente los conocimientos aplicables a cada situación
	<b>RA3</b>	Relacionar los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas
<b>CG17</b>	Capacidad de elaboración y transmisión de ideas, proyectos, informes, soluciones y problemas	
	<b>RA1</b>	Cambiar y adaptar sus planteamientos iniciales a la luz de nuevas informaciones
	<b>RA2</b>	Mostrar curiosidad por las temáticas tratadas más allá de la calificación
	<b>RA3</b>	Establecer relaciones y elabora síntesis propias sobre los contenidos trabajados
<b>CG18</b>	Iniciativa y espíritu emprendedor	
	<b>RA1</b>	Ser capaz de acometer nuevos retos
	<b>RA2</b>	Ser consciente de la realidad económica y empresarial, percatándose de las oportunidades que se ofrecen en el entorno económico
	<b>RA3</b>	Elaborar trabajos adoptando enfoques originales
<b>ESPECÍFICAS</b>		
<b>CEOPT</b>	Capacidad de planificación y realización de un plan de Negocio	
	<b>RA1</b>	Conocer la estructura y el contenido del plan de negocio, especialmente los aspectos claves para la creación de una empresa (marketing, operaciones, finanzas, legales, organización y capital humano).
	<b>RA2</b>	Generar ideas, conceptos y modelos de negocio, y ser capaz de valorar su viabilidad comercial y financiera
	<b>RA3</b>	Comunicarse persuasivamente para defender un plan de negocio frente a inversores y poder atraer el talento necesario para la puesta en marcha de un proyecto empresarial

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS



## Contenidos – Bloques Temáticos

### Tema 1: Introducción

- 1.1. Claves para emprender
- 1.2. Proceso de emprendimiento

### Tema 2: Análisis de la oportunidad de negocio

- 2.1. Generación de ideas de negocio.
- 2.2. Modelo de negocio
- 2.3. Análisis de viabilidad de la idea de negocio

### Tema 3: El Plan de Negocio

- 3.1. Definición del negocio y la propuesta de valor
- 3.2. Plan de marketing
- 3.3. Plan de operaciones
- 3.4. Organización y capital humano
- 3.5. Plan económico financiero

### Tema 4: Financiación y lanzamiento de la nueva empresa

- 4.1. Financiación propia
- 4.2. Financiación ajena.
- 4.3. Lanzamiento del proyecto empresarial

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura combina actividades dirigidas al aprendizaje de la metodología para la elaboración de un plan de negocio con actividades cuyo objetivo fundamental es que los alumnos obtengan una visión práctica a la hora de crear una empresa y desarrollen el espíritu emprendedor desde el conocimiento de la realidad empresarial.

En el primer caso, la metodología docente se basa en lecciones de carácter expositivo realizadas por los profesores de la asignatura, la realización de ejercicios y la participación en talleres. En el segundo caso, se cuenta además con la colaboración de profesionales emprendedores y especializados en las distintas áreas



de conocimiento necesarias para la elaboración de un plan de negocio que transmiten su experiencia mediante sesiones de presentación dinámica en las que se promueve la participación activa de los alumnos.

## **Metodología Presencial: Actividades**

**AF1. Lecciones de carácter expositivo.** Sesiones en las que se presentan los temas de forma clara, estructurada y motivadora.

**AF2. Sesiones generales de presentación de contenidos.** Exposición en que el profesor explica las nociones básicas, con la participación activa y colaborativa de los alumnos, que habrán leído la documentación recomendada y disponible en el portal de recursos para la sesión. En estas sesiones se discutirán y debatirán los puntos oscuros o los matices que les resulten pertinentes para la correcta comprensión de los contenidos. Asimismo, se hará especial hincapié en proporcionar al alumno el hilo conductor de la aportación de las sesiones sobre prácticas empresariales impartidas por profesionales en los contenidos de la asignatura.

**AF3. Ejercicios y resolución de problemas.** Ejercicios y resolución de problemas planteados por el profesor a partir de una breve lectura, un material preparado para la ocasión, o cualquier otro tipo de datos o informaciones que supongan un desafío intelectual para el alumno. En algunos casos, estos ejercicios serán trabajados de forma individual de forma no presencial para, posteriormente, discutir de forma participativa su solución en el aula.

**AF4. Exposición pública de trabajos.** Presentación ante el profesor, el resto de los compañeros y cualquier otro público invitado o participante. Tiene lugar de forma individual o colectiva. Se valorará el dominio del asunto tratado, la organización conceptual, la claridad expositiva, el respeto y racionalidad de las distintas fases y, caso de ser colectivo el ejercicio, la colaboración activa de cada uno de los miembros del equipo. Estas sesiones finalizarán con la aportación crítica y constructiva del resto de los alumnos, cuya participación será evaluada.

**AF5. Seminarios y talleres.** Actividades organizadas, con fijación previa de calendario o esquema temporal, plazos o fases, equipos, objetivos y resultados previstos. Están basados en la selección de materiales procedentes del mercado profesional (o adaptados al mismo en la mayor medida posible), con el objeto de entrenar al alumno en la resolución de problemas reales y en la adquisición de reflejos de reacción a situaciones y planteamientos inesperados. Comúnmente se trabaja en grupo, aunque este último rasgo no es imprescindible.

**AF6. Actividades interdisciplinares.** Sesiones de carácter expositivo y talleres realizados por profesionales de la empresa que permiten al alumno acercarse a la realidad empresarial y aprender de casos de creación de empresas reales. Estas sesiones exigen al alumno la interrelación de nociones y materias comprendidas en el ámbito de distintas disciplinas que ya ha estudiado a lo largo de la carrera. Para mantener el hilo conductor y la correcta inserción de estas sesiones en los contenidos de la asignatura se realizarán resúmenes y actividades relacionadas en las sesiones generales de presentación de contenidos y en las lecciones de carácter expositivo desarrolladas por los docentes de la asignatura. Al finalizar estas sesiones los alumnos realizarán "one minute papers" y/o resúmenes sobre los contenidos más relevantes de la sesión y su relación con los objetivos de la asignatura que formarán parte de su evaluación.



## Metodología No presencial: Actividades

**AF7. Estudio y documentación.** Estudio individual que el estudiante realiza para comprender, reelaborar y retener el contenido necesario para la puesta en marcha de una empresa y la correcta elaboración de un plan de negocio. Lectura individual de textos de diferente tipo (libros, revistas, artículos sueltos, prensa, publicaciones en Internet, informes sobre experiencias prácticas, etc.) relacionados con las materias de estudio.

**AF8. Monografías de carácter teórico o práctico.** Trabajos de carácter teórico o práctico, generalmente individuales, que implican la lectura de artículos, revistas, informes de investigación, capítulos de libros, informaciones en Internet, casos reales de empresas, etc. y la redacción de una reflexión personal (de diverso calado y extensión) que va más allá de la mera recopilación de la información proveniente de diversas fuentes.

**AF9. Aprendizaje cooperativo.** Asignación de los alumnos a grupos de trabajo y planteamiento de una tarea que requiere compartir la información y los recursos entre los miembros con vistas a alcanzar el objetivo común, fundamentalmente la preparación de un plan de negocio. Los trabajos en grupo serán presentados en las sesiones de exposición pública.

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

<b>HORAS PRESENCIALES</b>
<b>HORAS NO PRESENCIALES</b>
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (0 horas)</b>

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

### PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

<b>Actividades</b>	<b>Fecha de realización</b>	<b>Fecha de entrega</b>
Lectura de textos recomendados (artículos, casos, capítulos de libros)	Antes de cada una de las lecciones de carácter expositivo y de las sesiones de presentación de contenido	
Elaboración de ejercicios, One Minute papers o resúmenes	Antes de cada una de las lecciones de carácter expositivo o en clase, al finalizar cada una de las sesiones de experiencias empresariales	



Presentación ideas de negocio	En clase 3ª semana	
Presentación de modelos de negocio	En clase 7ª semana	7ª semana
Presentación de Plan de Negocio	En clase 13ª semana	13ª semana

## 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: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*, Wiley & Sons. [www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)

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

KIM, W. C. & MAUBORGNE, R. (2015): *Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. HBR Press

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

NALEBUFF, B. & AYRES, I. (2003), *Why not? How to Use Everyday Ingenuity to Solve Problems Big And Small*, Harvard Business School 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., GREGERSEN, H. & CHRISTENSEN, C. (2009), "The Innovator's DNA", *Harvard Business Review*, December 2009

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

### **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 para la elaboración del trabajo

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**

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

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

Barabasi, A-I. (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



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE  
2018 - 2019**

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

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

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

Rheinhold, h. (2002), *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Perseus

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

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,

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)