



## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	La creación de una empresa / The Creation of a Company
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 y Grado en Derecho (E-3) [Quinto Curso] Grado en Administración y Dirección de Empresas con Mención en Internacional (E-4) [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
<b>Profesor</b>	
Nombre	Jorge Aracil Jordá
Departamento / Área	Departamento de Gestión Empresarial
Correo electrónico	jaracil@comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA



## Contextualización de la asignatura

### Aportación al perfil profesional de la titulación

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.

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 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>CG04</b>	Capacidad de gestionar información proveniente de fuentes diversas	
	<b>RA01</b>	Busca y utiliza documentación de distintas fuentes, proveniente de diversas vías, para sus actividades de aprendizaje, discriminando conforme a su valor y a la utilidad de cada una de ellas
	<b>RA02</b>	Desarrolla pensamiento crítico, cuestionando la información gestionada, generando conclusiones y puntos de vista propios
	<b>RA03</b>	Es claro, preciso, exacto y relevante en el uso de la información, profundizando con lógica e imparcialidad
<b>CG06</b>	Comunicación oral y escrita en la propia lengua	
	<b>RA01</b>	Se expresa por escrito con precisión, con corrección gramatical y ortográfica y de forma estructurada, inteligible y convincente
	<b>RA02</b>	Se expresa oralmente con soltura, fluidez y claridad y de forma estructurada, inteligible y convincente
	<b>RA03</b>	Se comunica eficazmente al idear soluciones a problemas complejos
<b>CG09</b>	Habilidades interpersonales: escuchar, argumentar y debatir	
	<b>RA01</b>	Expone sus opiniones de forma razonada y sintética
	<b>RA02</b>	Se muestra abierto e interesado por las opiniones y aportaciones de los demás, enriqueciendo también así su propia argumentación
<b>CG11</b>	Capacidad crítica y autocrítica	
	<b>RA01</b>	Evalúa el trabajo y las ideas propios y los de los demás
	<b>RA02</b>	Es capaz de realizar el proceso de dar y recibir feedback de forma asertiva, mejorando la integración y la confianza de los grupos de trabajo
<b>CG14</b>	Capacidad para aprender y trabajar autónomamente	
	<b>RA01</b>	Busca y encuentra recursos adecuados para el desarrollo eficaz de sus actividades de aprendizaje



	<b>RA02</b>	Desarrolla las habilidades necesarias para la investigación independiente
<b>CG15</b>	Adaptación al cambio	
	<b>RA1</b>	Mantener el dinamismo 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



**RA3**

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.

CG02, CG03,  
CG04, CG16,  
CEOPT

**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.

CG01, CG02,  
CG03, CG04,  
CG09, CG11,  
CG15, CG16,  
CG17, CG18,  
CEOPT

**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.

CG01, CG02,  
CG03, CG04,  
CG06, CG09,  
CG11, CG14,  
CG15, CG16,  
CG17, CG18,  
CEOPT

**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.

CG01, CG02,  
CG03, CG04,  
CG06, CG09,  
CG11, CG15,  
CG16, CG17,  
CG18, CEOPT

**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.

CG01, CG02,  
CG03, CG04,  
CG06, CG09,  
CG11, CG14,  
CG15, CG16,  
CG17, CG18,  
CEOPT



**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.

CG01, CG04,  
CG06, CG09,  
CG11, CG14,  
CG16, CG17,  
CG18, CEOPT

### 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.

CG01, CG02,  
CG03, CG04,  
CG11, CG14,  
CG15, CG16,  
CG17, CG18,  
CEOPT

**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.

CG01, CG02,  
CG03, CG04,  
CG06, CG11,  
CG14, CG15,  
CG16, CG17,  
CG18, CEOPT

**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.

CG01, CG02,  
CG03, CG04,  
CG06, CG09,  
CG11, CG14,  
CG15, CG16,  
CG17, CG18,  
CEOPT

### RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES			
Lecciones de carácter expositivo	Seminarios y talleres	Ejercicios y resolución de casos y de problemas	Trabajos monográficos y de investigación, individuales o colectivos
15.00	15.00	10.00	16.00
HORAS NO PRESENCIALES			



Estudio individual y/o en grupo y lectura organizada	Ejercicios y resolución de casos y de problemas	Trabajos monográficos y de investigación, individuales o colectivos
24.00	10.00	60.00
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>		

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
<p><b>Asistencia y participación activa en clase</b></p> <p>(Lecciones de carácter expositivo, sesiones de presentación de contenido y actividades interdisciplinarias con asistencia de profesionales de la empresa)</p>	CG01, CG04, CG09, CG11, CG15, CG17, CG18	20 %
<p><b>Trabajos individuales</b></p> <p>(<i>One minute papers</i> y resúmenes, monografías, ejercicios y resolución de problemas en clase o fuera del aula)</p>	CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG11, CG14, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT	10 %
<p><b>Trabajos en grupo</b></p> <p>(Talleres, informes y trabajos cooperativos, exposición pública en clase de trabajos en grupo).</p>	CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG09, CG11, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT	20 %
<p><b>Examen / Proyecto Final</b></p> <p>Resolución individual de ejercicios / problemas / test (10%)</p> <p>Plan de Negocio (Grupal): Proyecto final escrito (25%)</p> <p>Plan de Negocio (Grupal): Presentación y defensa oral (15%)</p>	CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG09, CG11, CG14, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT	50 %

### Calificaciones

Para aprobar la asignatura en convocatoria ordinaria, el alumno deberá obtener una calificación superior o





igual a 5 en la nota de todas y cada una de las actividades que forman parte de la nota final de la materia.

NO se tendrán en cuenta los ejercicios que NO se entreguen en las condiciones exactas de lugar, fecha y hora programadas para cada ejercicio, y comunicadas al inicio del curso/cuatrimestre en el cronograma de la materia

• **ALUMNOS CON DISPENSA DE ESCOLARIDAD:**

Aquellos alumnos que hayan obtenido dispensa de escolaridad deberán afrontar únicamente la actividad de "examen final", y su nota final en la asignatura estará formada en un **100% por la calificación en dicha actividad.**

• **EVALUACIÓN EN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE JULIO:**

1. Deberán acudir a ella aquellos alumnos que no alcancen una puntuación mínima de "5" en todas y cada una de las actividades de evaluación que componen la evaluación de la asignatura (participación activa en clase, trabajos individuales, trabajo en grupo, proyecto final escrito y presentación del proyecto final).
2. En la convocatoria extraordinaria se examinarán por escrito de toda la materia de la asignatura y deberán realizar un trabajo práctico complementario, definido por el profesor, que tendrán que presentar en un examen oral.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
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 12-13ª semana

12ª 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-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



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE  
2019 - 2020**

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)



**COMILLAS**

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**SYLLABUS  
ACADEMIC YEAR  
2019-2020**

## TECHNICAL GUIDE FOR THE COURSE

Key Data for the Course	
Course	NEW BUSINESS CREATION
Code	
Degree	Grado en Administración y Dirección de Empresas Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Derecho
Year / Semester	Year 4 E-2 - Year 4 E-2BIL - Year 4 E-4 - Year 5 E-3 / First Semester Exchange Students / First and Second Semester
ECTs Credits	6
Type	Elective
Department	General Management
Área	Introduction to "Trabajo Final de Grado"
Coordinator	Juan Antonio Gil Serra
Schedule for tutorials	Upon request by mail

Faculty Details	
<b>Professor</b>	
Name	Juan Antonio Gil Serra (COORDINATOR)
Department	General Management
Área	Organization
e-mail	jagil@comillas.edu
<b>Professor</b>	
Name	Alfonso Carcasona
Department	General Management
Área	Organization
e-mail	acarcasona@comillas.edu
<b>Professor</b>	
Name	Jorge Aracil Jordá
Department	General Management
Área	Organization
e-mail	jaracil@comillas.edu

## SPECIFIC DATA FOR THE COURSE

<b>Context of the course</b>
<b>Contribution to the professional profile</b>
<p>The Objective of this course is to provide the students with the required knowledge and tools to create a new business startup and to prepare a business plan.</p> <p>The course will foster the entrepreneurial spirit of the group, will promote the ability to look for new ideas and business opportunities, and will provide selected tools that could be used to analyze and assess the probability of those ideas becoming actual businesses (thanks to techniques and approaches on generation, valuation and implementation of new ideas that will evolve into actual business ideas and new business opportunities).</p> <p>The student will learn how to prepare a business plan and will understand how it can be a useful tool for setting up a new business, as well as for procuring the required financing (debt, venture capital, etc.) for the new venture.</p> <p>Also, this course will allow each student to apply most disciplines covered during the degree and to approach the business reality in a comprehensive manner. All that knowledge, reflections and tools will be integrated in the development of a business plan (general concept and structure of the plan, marketing and sales plan, production/operations plan, human resources and organizational design, financial plan, economic viability, legal obligations and required steps to set up a new company).</p>
<b>Pre-requirements</b>
None

<b>Skills - Objectives</b>
<b>General skills of the degree-course</b>
<p><b>CG01. Ability to analyze and summarize</b> <b>CG02. Problem solving and decision making</b> <b>CG03. Ability to organize and plan</b> <b>CG04. Ability to manage information from a range of sources</b> <b>CG06. Oral and written communication in own language</b> <b>CG09. Interpersonal skills to listen and debate</b> <b>CG11. Ability to criticize oneself and others</b> <b>CG14. Ability to learn and work independently</b> <b>CG15. Ability to adapt to change</b> <b>CG16. Action and quality oriented</b> <b>CG17. Ability to create and transmit ideas, projects and reports, solutions and problems</b> <b>CG18. Initiative and entrepreneurial spirit</b></p>
<b>Specific skills of the course-area</b>
<p><b>CEOPT. Ability to plan and to develop a Business Plan.</b></p>

## CONTENTS AND MODULES

Contents
<b>1.- Introduction</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. Entrepreneurship – Key aspects</li> <li>1.2. The entrepreneurial process</li> </ul>
<b>2.- Analysis of the Business Opportunity</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Generation of business ideas</li> <li>2.2. Business Model</li> <li>2.3. Viability assessment of the business idea</li> </ul>
<b>3.- The Business Plan</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1. Definition of the opportunity and Value proposition</li> <li>3.2. Marketing Plan</li> <li>3.3. Operations Plan</li> <li>3.4. Organization and human capital</li> <li>3.5. Financial Plan</li> </ul>
<b>4.- Financing and launch of the new startup</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Equity financing</li> <li>4.2. External financing</li> <li>4.3. Launch of the new business venture</li> </ul>

## TEACHING METHODOLOGY

General methodological aspects for the course	
<p>This course combines activities targeted to learning the methodology –and practicing– to develop a business plan, with activities targeted to ensure a practical vision in the process of creating a new business startup and to promote the entrepreneurial spirit of students, building upon the knowledge of the entrepreneurial and overall business context.</p> <p>In relation to the first aspects, the teaching methodology will be based on sessions in which the professors will lecture on the topic, the preparation of exercises and business cases, and the involvement in the planned workshops. In relation to the second type of activities, we will have the participation of entrepreneurs specialized in the different areas required in a business plan; they will share their experience and points of view in a session where the active participation and discussion from all students will be expected.</p>	
Classroom methodology: Activities	
<p><b>AF1. Lectures, expository nature.</b> Sessions where the relevant topics are presented in a clear, structured and motivating manner.</p>	<p>CG02, CG03, CG04, CG16, CEOPT</p>

<p><b>AF2. General sessions for content presentation.</b> The professor will present and explain the basic content, with the active participation of the students; they should read the recommended materials, available in the course portal, before the session. The session will include a discussion on the most complex topics and those needed for a complete understanding of the content. Also, there will be a special reference to the linkages of the key messages during the sessions with external professionals, with the key content of the course.</p> <p><b>AF3. Resolution of exercises and cases.</b> Exercises and resolution of problems/cases, posted by the professor to the class, from a brief reading, article, or any other type of data/information that could mean an intellectual challenge for the students. In some cases, these exercises will be prepared individually, before the actual classes, to be discussed then, in a participative manner during the class.</p> <p><b>AF4. Presentations in class.</b> Presentation in front of the professor, classmates and other potential guests, either individually or in groups, of cases, exercises or other homework. The specific content, the structure and organization, the clarity of messages, the collaboration in the case of group exercises... will be assessed. These sessions will include the constructive feedback and comments from classmates; this participation will be evaluated.</p> <p><b>AF5. Seminars and workshops.</b> Organized activities, with a pre-defined timing and calendar, phases, objectives, expected outputs. They will be based in materials selected from the actual market context (or adapted if needed), to practice the resolution of actual problems, and the ability to react to unexpected situations or developments. Typically worked in groups (although it may not be the case at all times)</p> <p><b>AF6. Interdisciplinary activities.</b> Presentation sessions and workshops with business professionals; they bring the business reality into the classroom, and students learn from actual cases of startups. These sessions require the students relating to concepts and disciplines studied throughout the degree. To ensure the key messages are captured and how they relate to this course, specific summaries will be requested, as well as references during the general sessions for content presentation. At the end of these activities the students will prepare “one minute papers” and/or summaries about the key content discussed and its relation with the course objectives; they will be part of the student valuation for the course.</p>	<p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG09, CG11, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p> <p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG09, CG11, CG14, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p> <p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG09, CG11, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p> <p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG09, CG11, CG14, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p> <p>CG01, CG04, CG06, CG09, CG11, CG14, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p>
<b>Non-classroom methodology: Activities.</b>	
<p><b>AF7. Individual study, Reading and preparation.</b> Individual study to understand and become familiar with the content and tools required to launch a new business startup and to properly prepare a business plan. Individual reading of texts (books, specialized magazines, articles, press, reports, etc.) related to the topics covered.</p> <p><b>AF8. Assignments, theoretical and/or practical.</b> Investigation papers, theoretical and/or practical, in most cases prepared individually. They will involve Reading articles, magazines, internet news and posts, reports, etc. and then developing your own personal reflections, going beyond the pure information compilation.</p>	<p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG11, CG14, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p> <p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG11, CG14, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p>



<p><b>AF9. 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, namely the preparation of a business plan. The outputs of the group work will be presented in class during the presentation sessions.</p>	<p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG09, CG11, CG14, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p>
--	--

SUMMARY OF THE WORKING HOURS FOR STUDENTS			
CLASSROOM ACTIVITIES (HOURS)			
Lectures	Practical workshops	Exercises and resolution of cases / problems	Collaborative / group assignments
15	15	14	16
NON-CLASSROOM ACTIVITIES (HOURS)			
Individual and/or group study		Autonomous work about practical content (cases/problems)	Collaborative / group assignments
24		10	60
			ECTS: 6 (150 Hours)

## EVALUATION AND GRADING CRITERIA<sup>1</sup>

Evaluation activities	Criteria	Weight
<p><b>Attendance and active participation in class</b> (Lectures and general sessions for content presentation, interdisciplinary activities with the presence of business professionals)</p>	<p>CG01, CG04, CG09, CG11, CG15, CG17, CG18</p>	<p><b>20%</b></p>
<p><b>Individual assignments</b> (<i>One minute papers</i> and summaries, assignments, exercises, resolution of problems, in class outside the classroom or)</p>	<p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG11, CG14, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p>	<p><b>10%</b></p>
<p><b>Group Work<sup>2</sup></b> (Workshops, reports and collaborative learning, public presentation in class of the group work).</p>	<p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG09, CG11, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p>	<p><b>20%</b></p>
<p><b>Exam / Final Project Business Plan: Final report, written</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Individual resolution of exercises/problems/tests (10%)</li> <li>- Group Business Plan: Final report, written (25%)</li> <li>- Business Plan: Oral presentation and defense of final project (15%)</li> </ul>	<p>CG01, CG02, CG03, CG04, CG06, CG09, CG11, CG14, CG15, CG16, CG17, CG18, CEOPT</p>	<p><b>50%</b></p>

To pass the course in the ordinary period, a score of 5 or more should be obtained in each one of the activities block that are considered for the overall grading.

Any deliverable not submitted in due time, within the deadlines defined for each activity (and stated in the overall planning of the course), will not be considered.

- **STUDENTS WITH A WAIVER FOR CLASS ATTENDANCE:**

Those students with a waiver for class attendance will have to complete the activity “written final exam”; their grade for this course will be based 100% on the evaluation of that activity

- **EVALUATION FOR THE EXTRAORDINARY PERIOD - JULY:**

1. Students not reaching a minimum score of “5” in all the activity blocks to be evaluated in this course (active participation in class, individual assignments, group work, final business plan report, and oral presentation of the business plan) will have to go to the extraordinary exams call in July.
2. Then, in this July call, there will be an exam covering all the content of the course and they will prepare an additional pragmatic work, defined by the professor, that will be presented

## SUMMARY OF THE WORK PLAN AND TIMING

Activities	Timing	Submission date
Reading of recommended texts (articles, cases, book chapters...)	Before each lecture and general sessions for content presentation	
Preparation of exercises, One minute papers or summaries	Before each lecture or in class, after the sessions with business professionals	
Presentation of business ideas	In class, week 3	
Business Model presentation	In class, week 7	Week 7
Presentation of Final Business Plan	In class, weeks 12 - 13	Week 12

## REFERENCES AND RESOURCES

Basic References
<b>Books</b>
<p>SPINELLI, S. Jr.; ADAMS, R.J. &amp; TIMMONS, J.A. (2016), <i>New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century</i>, McGraw-Hill</p> <p>OSTERWALDER, A. &amp; PIGNEUR, Y. (2010), <i>Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers</i>, Wiley &amp; Sons. <a href="http://www.businessmodelgeneration.com">www.businessmodelgeneration.com</a></p> <p>HARVARD BUSINESS ESSENTIALS (2005), <i>Entrepreneur’s Toolkit</i>, HBS Press</p> <p>KIM, W. C. &amp; MAUBORGNE, R. (2015): <i>Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant</i>. HBR Press</p> <p>McGRATH, R.G. &amp; MACMILLAN, I. (2000), <i>The Entrepreneurial Mindset</i>, HBS Press,</p>

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

#### 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, specially in the developments of the group project. To prepare some sessions, the student will have to use databases for articles, data, academic literature; these resources are available through the Comillas web.

#### Other references

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

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,