

**FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA**

<b>Datos de la Asignatura</b>	
Asignatura	EMPRENDIMIENTO / ENTREPRENEURSHIP
Código	0000012204
Titulación	Master in Finance
Programa	Master in Finance
Trimestre	2
ECTS Créditos	2
Tipo de Asignatura	Mandatory
Responsable	Robert Antonides Campos
Horario de Oficina	Via email
Departamento	Advantere School of Management
<b>Facultad</b>	
<b>Professor</b>	
Name	Robert Antonides Campos
Department	Advantere School of Management
e-mail	r.antonides@advantere.org
CV	<a href="https://web.comillas.edu/profesor/rantonides">https://web.comillas.edu/profesor/rantonides</a>
Schedule for tutoring	Via email

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### Contextualización de la asignatura

#### Contribution to the professional profile

Este curso introduce al estudiante al espíritu empresarial dentro de un contexto global. Este curso brindará un acercamiento pragmático a la realidad de las empresas globales, enfocándose en los factores y actividades básicas en sus primeras etapas, y reflexionando sobre el proceso emprendedor y los elementos clave para su desarrollo exitoso.

Conectando teoría y práctica, este curso cultivará el espíritu emprendedor de los estudiantes, fomentando la creatividad y la capacidad de generar ideas que puedan convertirse en atractivas oportunidades de negocios internacionales. A través de actividades tanto individuales como grupales, revisaremos y trabajaremos en diferentes conceptos y herramientas (1) para fomentar la capacidad de generar ideas, y (2) para analizar y evaluar el potencial global para que esas ideas se conviertan en la semilla de un comienzo global exitoso. En este proceso, cada alumno practicará cómo definir modelos de negocio, técnicas para evaluar su potencial viabilidad, y la estructura y componentes clave de un plan de negocios, como herramienta dinamizadora en el proceso de lanzamiento de un nuevo proyecto empresarial.

Además, los alumnos reflexionarán y practicarán sobre cómo hacer realidad el nuevo negocio a través de una buena comunicación, capacidad de vender la oportunidad de negocio a otros stakeholders, asegurando las fuentes de financiación adecuadas (deuda, capital riesgo...), evaluación del potencial caminos en las primeras etapas, evaluando las primeras actividades y tácticas para desarrollar una nueva empresa.

#### Objetivos

- Reflexionar sobre los aspectos clave del emprendimiento y fomentar el espíritu emprendedor de los alumnos.
- Incrementar la capacidad de generar ideas, así como de gestionar procesos creativos, que puedan generar nuevas oportunidades de negocio.
- Conocer y practicar, individualmente y en grupo, diferentes herramientas y enfoques que puedan apoyar el proceso emprendedor en diferentes mercados y aumentar la probabilidad de éxito en nuevas start-ups.
- Comprender en detalle los aspectos prácticos relacionados con el lanzamiento de una nueva empresa, incluida la obtención de financiamiento, los requisitos legales y administrativos, o los desafíos esperados durante las etapas iniciales en la vida de una nueva empresa.

Competencias
<b>Competencias Genéricas del área-asignatura</b>
<p>CG 1: Aprendizaje por proyectos: Capacidad para desarrollar y ejecutar en sus distintas fases proyectos financieros colectivos basados situaciones reales, proponiendo soluciones reales y haciendo eficientes todas las interacciones con el equipo, clientes y cualquier otro participante.</p> <p>RA1 - Capacidad para comprometerse en el desarrollo de proyectos colectivos experimentales basados en el mundo real, gestionando y alineando las necesidades del cliente con los recursos disponibles, distribuyendo de manera óptima el trabajo, comunicando y proyectando sus distintas fases, proponiendo soluciones reales y haciendo eficientes todas las interacciones con el equipo, clientes y otros stakeholders.</p>
<p>CG 3: Trabajo en equipo: Aplicar técnicas y metodologías que promuevan el trabajo en equipo y la colaboración mutua en proyectos de gestión de talento a realizar con empresas y organizaciones.</p> <p>RA1 - Estar comprometidos y cooperar en los roles definidos para la consecución de las metas relacionadas con las tareas, actividades, proyectos y responsabilidades definidos y asignados.</p>
<p>CG 4: Comunicación eficiente: Ejercicio de una mentalidad global aplicada a la escucha, la comunicación y la negociación, en ámbitos multidisciplinares para operar de manera efectiva en distintos cometidos.</p> <p>RA1 - Presentar o intercambiar información e ideas de manera efectiva de manera oral o escrito y empleando medios visuales o gráficos</p>
<p>CG.5 Compromiso ético: 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.</p> <p>RA1 - Capacidad para tomar decisiones y orientar las acciones de los demás en torno a el bien común, inculcar valores, organizar recursos y abordar dilemas éticos desde diferentes perspectivas e implementando soluciones sostenibles.</p>
<p>CG.6 Capacidad de orientación global y local: Analizar problemas financieros actuales, en entorno local y global, tomando en consideración aspectos económicos complejos, factores culturales, sociales y éticos.</p> <p>RA1 - Capacidad para analizar problemas actuales, en entorno local y global, tomando en consideración aspectos económicos complejos, el factor cul- tural, social y ético</p>
<p>CG.8 Emprendimiento: Exhibir iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor en la aplicación de las estrategias y prácticas de finanzas.</p> <p>RA1 - Desarrollar en los alumnos la capacidad para generar procesos, ideas y proyectos originales mediante pensamiento divergente y aplicación de modelos y técnicas ya aprendidos, evaluando y aprovechando eficientemente los recursos disponibles.</p>
<b>Competencias Específicas del área-asignatura</b>
<p>CE 05 Conocer en profundidad las nuevas actividades empresariales dentro del sector financiero, así como los procesos de generación de valor basados en las nuevas tecnologías y su impacto en el ecosistema financiero actual y futuro.</p> <p>RA1. Desarrollar la capacidad para diseñar, organizar y arrancar una idea de negocio rentable evaluando alternativas posibles, mercado existente, ne- cesidades que satisface y el impacto social que pueda generar.</p>

## Bloques Temáticos y Contenidos

Contenido
1.- INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO GLOBAL
1.1. Emprendimiento en un contexto global: Aspectos clave 1.2. Perfil de los emprendedores globales 1.3. El proceso emprendedor 1.4. Ética y emprendimiento
2.- CREATIVIDAD Y GENERACIÓN DE IDEAS
2.1. Taller de generación de ideas con potencial global 2.2. Gestión de la creatividad 2.3. El pensamiento de diseño
3.- DE LA IDEA A LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
3.1. Definición de un modelo de negocio 3.2. El lienzo del modelo de negocio 3.3. Evaluación de viabilidad global 3.4. puesta en marcha Lean
4.- EL PLAN DE NEGOCIO
4.1. Estructura general de un Plan de Empresa 4.2. Definición de estrategia y propuesta de valor 4.3. Plan de marketing 4.4. Plan de Operaciones y Recursos 4.5. Plan financiero y valoración de la oportunidad
5.- FINANCIACIÓN Y PRIMERAS ETAPAS EN UNA START-UP GLOBAL
5.1. Financiación de una Start-Up: convenciendo a las partes interesadas 5.2. Aspecto práctico para lanzar una nueva start-up internacional 5.3. Opciones y desafíos en las primeras etapas de nuevos emprendimientos

## Aspectos metodológicos generales de la asignatura

### Metodología Presencial: Actividades

Trabajo cooperativo de los alumnos que, en parejas o pequeños grupos, reciben una tarea, caso o supuesto que requiere compartir información y recursos entre los miembros con vistas a la consecución del objetivo común. Basado en el método del caso, estudiado por cada alumno y discutido por cada grupo antes de las intervenciones individuales de cada sesión general.

El método del caso estimula el aprendizaje inductivo. A partir del análisis de ejemplos concretos, se construyen las diferentes herramientas de análisis y se inducen reglas generales de aplicación a todo tipo de empresas y sectores. Por lo tanto, es fundamental estudiar los casos con anterioridad y participar activamente en las discusiones de las sesiones generales.

Presentaciones sobre tus habilidades y capacidades para conseguir un trabajo.

Las presentaciones deben ser evaluadas y criticadas por el resto de compañeros o por el profesor para profundizar en el tema. Lecciones de carácter expositivo.

### Metodología No Presencial: Actividades

Estudio Individual.

Lectura individual de textos de diversa índole (casos, libros, revistas, artículos, prensa, publicaciones de Internet, informes de experiencias prácticas, etc.) relacionados con los temas de estudio.

Trabajo cooperativo de los alumnos que, en parejas o pequeños grupos, reciben una tarea que requiere compartir información y recursos entre los miembros con vistas a la consecución del objetivo común.

<p>Asignaciones. Trabajos de investigación, teóricos y/o prácticos, preparados individualmente. Implicarán leer artículos, revistas, noticias y publicaciones de Internet, informes, etc. y luego desarrollar sus propias reflexiones personales, yendo más allá de la mera recopilación de información.</p> <p>Aprendizaje colaborativo. Formación de grupos de trabajo dentro de la clase que abordarán algunas tareas. Estas tareas requerirán compartir información y recursos para alcanzar el objetivo común del curso. Los resultados se expondrán en clase.</p>	<p>CG1, CG3, CG4, CG5, CG6, CE5,</p> <p>CG1, CG3, CG4, CG5, CG6, CE5,</p>
---	---

### RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES					
Exposición del profesor	Exposición de los alumnos. Debates y dinámicas de grupo	Ejercicios y resolución de problemas. Elaboración de trabajos aplicados	Estudio y documentación	Sesiones tutoriales	Desarrollo de Proyectos Reales para organizaciones
4	8	6	0	0,5	1
HORAS NO PRESENCIALES					
Exposición del profesor	Exposición de los alumnos. Debates y dinámicas de grupo	Ejercicios y resolución de problemas. Elaboración de trabajos aplicados	Estudio y documentación	Sesiones tutoriales	Desarrollo de Proyectos Reales para organizaciones
0	0	24	14	0,5	1

**CRÉDITOS ECTS: 2,0 (60,00 horas)**

**EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
<p>Valoración de los trabajos individuales o colectivos realizados por los alumnos, algunos de ellos presentados en clase.</p>	<p>Adecuación del trabajo a los objetivos planteados</p> <p>Entrega en plazo</p> <p>Adecuación y orientación a los objetivos.</p> <p>Resultados alcanzados.</p> <p>Cumplimiento de plazos.</p> <p>Es necesaria la participación de TODOS los miembros de cada equipo en las presentaciones y elaboraciones.</p>	<p>50</p>
<p>Realización de exámenes orales, escritos, defensas públicas y pruebas tipo test, pruebas de conceptos y resolución de casos prácticos a modo de examen</p>	<p>A lo largo del programa se realizarán exámenes o pruebas escritas en los que se pondrá a prueba la solidez de los conceptos adquiridos.</p> <p>Para aprobar la asignatura se deberán superar los exámenes y pruebas finales de cada apartado de la asignatura, en el caso de existir varios exámenes en un mismo apartado o bloque de una asignatura, la media ponderada de los ellos debe ser superior a 5,0 como condición necesaria para aprobar la asignatura.</p>	<p>30</p>
<p>Participación y aprovechamiento de las clases</p>	<p>Cuando hablamos de participación es claro que se cuentan las positivas y las negativas y que la calidad de la participación es tan importante como la cantidad. La participación en clase de los alumnos, la calidad y oportunidad de sus intervenciones, la calidad en la preparación y presentación de los trabajos, predisposición y compromiso, iniciativa, asistencia.</p>	<p>20</p>

Para los alumnos que no aprueben la asignatura en el periodo ordinario, se realizará un examen que abarque todo el contenido de la asignatura (50%) y elaborarán un trabajo pragmático adicional (50%), definido por el profesor, que ser presentado

**Los criterios de evaluación de la asignatura se rigen por la siguiente normativa:**

- ✓ Todos los alumnos deben de cumplir con el 100% de asistencia en los días fijados para esta asignatura. Cualquier ausencia deberá ser justificada.
- ✓ La nota final se corresponde a la suma de las actividades de evaluación, criterios de evaluación y peso descritos en el apartado Evaluación y Criterios de Calificación.
- ✓ Se tienen que entregar los trabajos, individuales y en grupo, en el tiempo y la forma prevista por el profesor de la asignatura.
- ✓ Una nota final por debajo de 5 implica la realización de una prueba extraordinaria. La nota final en este examen no podrá ser superior a la mediana de los aprobados en convocatoria ordinaria.

**Criterios de evaluación para aplicar a la segunda matrícula**

El alumno matriculado en la asignatura por segundo año deberá de cumplir con las tareas individuales y de grupo fijadas por el profesor de la asignatura. Se mantendrán los mismos criterios de evaluación expresados en el apartado Evaluación y Criterios de Calificación.

Para aquellas circunstancias no previstas en esta Guía Docente, se aplicará el Reglamento de Advantere School of Management y el Reglamento general de Comillas.





## **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS**

\*

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

## Otras Referencias

### Libros

- 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,