



# Emprendimiento y generación de ideas

Grado en ADE  
2018-19



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Emprendimiento y generación de ideas

**Titulación:** Grado en ADE

**Curso Académico:** 2018-19

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial/semipresencial/a distancia

**Créditos:** 6

**Curso:** 4º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. Dña. Helena López-Casares Pertusa

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

##### Competencias básicas

CB2.- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3.- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4.- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Gestionar y administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades - Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización mediana o grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada - Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa - Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados - Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa - Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido - Entender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía - Derivar de los datos información relevante imposible de reconocer por no profesionales - Usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional - Leer y comunicarse en más de un idioma, en especial en inglés - Comunicarse con fluidez en su entorno y trabajar en equipo Aplicar al análisis de los problemas criterios profesionales basados en el manejo instrumentos técnicos

## Competencias generales

CG1.- Capacidad para la resolución de problemas  
 CG2.- Capacidad de análisis y síntesis  
 CG3.- Capacidad de organización y planificación  
 CG4.- Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas  
 CG5.- Capacidad de tomar decisiones  
 CG6.- Capacidad de transmisión de conocimientos  
 CG8.- Capacidad para trabajar en equipo  
 CG9.- Trabajar en entornos de presión  
 CG10.- Motivación por la calidad  
 CG11.- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones  
 CG14.- Habilidad en el diseño y gestión de proyectos  
 CG16.- Adquirir la capacidad para aplicar los conocimientos teóricos a los problemas de la vida cotidiana  
 CG22.- Ser capaz de desarrollar argumentaciones que orienten la toma de decisiones a partir del análisis territorial realizado y de la comprensión global en sus distintas escalas de los fenómenos observados.

## Competencias específicas

CE30: Definir criterios según los cuales se define una empresa y relacionar los resultados con el análisis del entorno para identificar perspectivas.  
 CE31: Identificar nuevos desarrollos de organizaciones empresariales para afrontar con éxito el entorno cambiante.  
 CE32: Entender los detalles de las funciones empresariales, tipos de actividades empresariales, regiones geográficas, tamaño de las empresas, sectores empresariales y relacionarlos con conocimientos básicos.

### 1.1. Resultados de aprendizaje

- Distinguir entre emprendedor e intraemprendedor.
- Detectar oportunidades para la reinversión de negocios.
- Reconocer y saber analizar las características de una persona emprendedora
- Aplicar técnicas de creatividad para ser un emprendedor innovador

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2. Descripción de los contenidos

Emprendimiento y generación de ideas es una asignatura de formación obligatoria, que se imparte en el Grado en ADE con una carga lectiva total de 6 créditos ECTS. Esta asignatura, introduce al alumno los conceptos de emprendimiento e intraemprendimiento como elementos fundamentales de la nueva concepción de la creación empresarial, en que se espera que las personas sean capaces de reinventar negocios y sectores ya maduros desde nuevas perspectivas, así como crear otros de nueva factura. Asimismo, es objetivo de esta asignatura proporcionar herramientas para abordar el emprendimiento desde dentro de empresas y organizaciones ya consolidadas como forma de crecimiento y desarrollo. Una vez presentados los conceptos de emprendimiento e intraemprendimiento, la materia aborda la identificación de las competencias emprendedoras como base del perfil que debe desarrollar un emprendedor o un intraemprendedor para aportar un valor económico-empresarial. Tras esta identificación, el

siguiente objetivo es el de desarrollar la competencia fundamental con la que se inicia la puesta en marcha de una actividad: la generación de una idea, complementada por las claves de la percepción de oportunidades. En resumen, la asignatura tiene como objetivo introducir al alumno en materia de emprendimiento, sus conceptos fundamentales, las principales competencias que se asocian a la figura del emprendedor y desarrollar la que corresponde a la fase inicial de creación de una iniciativa y que condiciona su posible puesta en marcha: la generación de una idea o la identificación y aprovechamiento de una oportunidad.

### 2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.  
Explicación de la Guía Docente.

**Tema 1: INTRODUCCION AL EMPRENDIMIENTO** 1.1. Claves del emprendimiento  
1.2. Perfil del emprendedor 1.3. Proceso de emprendimiento 1.4. Ética y emprendimiento

**Tema 2: CREATIVIDAD Y GENERACIÓN DE IDEAS** 2.1. Taller de generación de ideas  
2.2. Gestión de la creatividad 2.3. Design Thinking Emprendimiento y generación de ideas

**Tema 3: DE LA IDEA A LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO** 3.1. Definición del Modelo de Negocio 3.2. Modelo Canvas 3.3. Análisis de la viabilidad de la idea de negocio 3.4. Lean startup

**Tema 4: EL PLAN DE NEGOCIO** 4.1. Estructura del Plan de Negocio 4.2. Definiendo una Estrategia 4.3. Plan de Marketing 4.4. Plan de Operaciones y Recursos: aplicando la promesa operativa 4.5. Plan económico financiero y valoración

**Tema 5: FINANCIACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE STARTUPS** 5.1. Financiación de startups: convenciendo a los stakeholders 5.2. Aspectos prácticos para el lanzamiento de startups 5.3. Opciones y retos en la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales.

### 2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): *Actualidad del emprendimiento y la innovación de las empresas en España*. Los alumnos, de manera individual, tendrán que localizar noticias en prensa relacionadas con el emprendimiento y/o la innovación empresarial. Una vez seleccionada la pieza, deberán analizar la información y exponer en clase los puntos básicos y relevantes de la información, destacando el aporte a la sociedad de su análisis y asociando su trabajo con los aspectos vistos en clase.

Actividad Dirigida 2 (AD2): *Análisis de las empresas que fomentan el intraemprendimiento*. Divididos en grupos de entre 3 y 5 personas, los alumnos deberán investigar qué sectores y

empresas fomentan el intraemprendimiento y a través de qué herramientas, analizando los resultados empresariales que obtienen.

Actividad Dirigida 3 (AD3): *Creación de estrategias para empresas extintas*. Los alumnos escogerán una compañía (marca) que ya no existe o que atravesó problemas que le hicieron perder su posición de liderazgo. Una vez identificada la empresa, los alumnos diseñarán la estrategia que la empresa hubiera podido poner en marcha.

Actividad Dirigida 4 (AD4): *Creación de un plan de intraemprendimiento interno*. Se analizarán las ventajas del intraemprendimiento en las organizaciones y se creará por equipos un plan para fomentar el intraemprendimiento entre los miembros de una organización con sus herramientas.

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)

7,0 - 8,9 Notable (NT)

9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

#### 3.2. Criterios de evaluación

##### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

##### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

#### 3.3. Restricciones

##### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una

calificación de 5 en la prueba final.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### **3.4. Advertencia sobre plagio**

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

## **4. BIBLIOGRAFÍA**

### Bibliografía básica

Chan Kim, W. y Mauborgne, R. (2015). *La estrategia del océano azul*. Barcelona: Editorial Profit.

Timmons, J.A. & Spinelli, S.Jr. (2009), *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, Irwin McGraw-Hill

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010), *Business Model Generation*, Wiley & Sons. [www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)

Harvard Business Essentials (2005), *Entrepreneur's Toolkit*, HBS Press

Macmillan, I. (2000), *The Entrepreneurial Mindset*, HBS Press

### Bibliografía recomendada

Blank, S. y Dorf. B. (2013). *El manual del emprendedor. La guía paso a paso para crear una gran empresa*. Madrid: Gestión 2000.

Ries, E. (2013). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*.

Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2015). *Diseñando la propuesta de valor: cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Madrid: Deusto.

## **5. DATOS DEL PROFESOR**

Nombre y Apellidos	Helena López-Casares Pertusa
Departamento	Economía de la Empresa

Titulación académica	Doctor en Ciencias Empresariales
Correo electrónico	<a href="mailto:elopezcasares@nebrija.es">elopezcasares@nebrija.es</a>
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Helena López-Casares Pertusa es doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, siendo su especialidad doctoral la neurociencia cognitiva organizacional. Su tesis, titulada Neuromanagement, la necesidad de nuevos paradigmas en el mundo empresarial del siglo XXI, obtuvo una calificación de sobresaliente cum laude. Es licenciada en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y su Diploma de Estudios Avanzados (DEA), que le dio la suficiencia investigadora, versó sobre la comunicación interna en la empresa.</p> <p>Es máster en Marketing y Comunicación por IDE CESEM, experta universitaria en Comunicación Pública y Defensa por la UNED, posgrado en dirección de relaciones públicas por ECOL-Universidad de Barcelona y máster en Neuromanagement comercial por ESCO. Es coach ejecutiva por la Escuela Transpersonal de Coaching.</p> <p>Posee una experiencia de 18 años en formación y docencia. Colabora con la Universidad Europea de Madrid, con la Universidad Internacional de Andalucía, con la Universidad CEU San Pablo de Madrid, con la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, con la Universidad Complutense de Madrid y con la Universidad Jaime I de Castellón en sus programas de posgrado, así como con las escuelas de negocio EUDE, IDE CESEM, Galicia Business School y CMI Business School. Las materias que imparte están relacionadas con la neurociencia aplicada al crecimiento personal y profesional, la aplicación de la conciencia a los negocios, el emprendimiento y la innovación, la inteligencia emocional, la comunicación, el liderazgo, la creatividad, el trabajo en equipo o el coaching</p> <p>Su experiencia profesional ha estado ligada al mundo de la comunicación corporativa, de la marca y del marketing, áreas que ahora trabaja desde la consultoría y la docencia. Colabora en la gestión de planes de gestión del cambio, de comunicación interna y externa, así como de gestión de personas en planes de transformación empresarial para distintas consultoras.</p> <p>Ha trabajado en medios de comunicación como Vaughan Radio y Televisión, TVE o Gestiona Radio. Es autora de siete libros, entre ellos <i>Nadal, pasión y coraje</i>, <i>Equipos 10</i> y <i>Emprende con Richard Vaughan</i>.</p> <p>Es miembro de ANE, Academia de Neurociencia y Educación.</p> <p>En relación a la asignatura y a las competencias profesionales del área ha publicado:</p> <p>López-Casares, H. (2014). <i>Emprende con Richard Vaughan</i>. Madrid: Editorial Libros Libres.</p>