



Universidad
Nebrija



CLAVES DE ARTE
FUNDACIÓN

**Máster Universitario en Mercado del Arte y
Gestión de Empresas Relacionadas**

**Asignatura:
Creación de Empresas de Arte
MMA 122**

**Programa
Prof. Luis Pire Méndez de Andrés**

**Curso 2010/2011
Tercer Módulo**



Nebrija
Business School

1. PRINCIPALES HABILIDADES Y COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA

De acuerdo con los descriptores de Dublín, las competencias y habilidades a desarrollar en esta asignatura son las siguientes:

- El alumno podrá demostrar poseer y comprender conocimientos sobre oportunidades para desarrollar nuevos negocios mediante la creación de empresas.
- El alumno podrá aplicar conocimientos y comprensión a través de capacidades de resolución de problemas que surgen en todo proceso de iniciación de una nueva aventura empresarial.
- El alumno adquirirá la capacidad de emitir juicios sobre la viabilidad o no de una idea de negocio a partir del estudio en profundidad de todos los aspectos relacionados con la oportunidad (humanos, financieros, económicos, entorno)
- El alumno adquirirá la capacidad de comunicar sus conclusiones, conocimientos y las razones que las sustentan sobre la oportunidad de crear una nueva empresa a posibles socios, inversores potenciales y agentes financieros.
- El alumno adquirirá habilidades de aprendizaje necesarias para juzgar con criterio la posibilidad de éxito o no de una nueva oportunidad empresarial.

2. METODOLOGÍA DOCENTE

Para que el alumno adquiera las habilidades y competencias antes descritas, el profesor utilizará los siguientes elementos:

- Estudio de casos reales a través de los cuales los alumnos argumentan la viabilidad de la nueva empresa, los principales factores que determinarán el éxito o fracaso del negocio y propondrán alternativas y soluciones. Los casos se prepararán de forma individual o en grupo y posteriormente se discutirán dentro del aula.
- Exposición y discusión de aspectos específicos de la creación de empresas para la posterior puesta en práctica de los conocimientos adquiridos.
- Lectura y análisis de notas técnicas, que completan las explicaciones que se dan en el aula y sirven de soporte teórico a los casos prácticos.

3. REQUISITOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Para cursar la asignatura, el alumno debe tener conocimientos previos básicos sobre el funcionamiento de una empresa.

4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA Y OBJETIVOS DE DOCENCIA

El curso tiene como objetivo fundamental el CREAR INQUIETUDES EMPRESARIALES entre los participantes y ayudarles a analizar las ideas de negocio y profundizar en las mismas a través del estudio de diferentes casos de jóvenes creadores de nuevas empresas.

Las dificultades más usuales, los problemas a los que se enfrentan los emprendedores y las diferentes formas de abordarlos serán objeto de reflexión para todos los participantes.

Además insistiremos en un tema menos usual y cada día más importante como es el de crear un CLIMA EMPRESARIAL entre los ejecutivos no empresarios.

Los objetivos de docencia se centrarán en:

- 1.- Identificación y evaluación de oportunidades de Negocio.
- 2.- Sistematización del proceso de creación de una empresa.
- 3.- Examinar oportunidades de creación de empresas o ambientes empresariales en escenarios alternativos.
- 4.- Demostrar la obligación cada día más imperiosa de pensar "EMPRESARIALMENTE" para triunfar como ejecutivo en la empresa de otro.

5. FORMA DE EVALUACIÓN

5.1. Evaluación:

Participación en clase	40 %
Working Paper final	50 %
Valoración del profesor	10 %

5.2 Restricciones:

Para poder hacer la suma ponderada de las calificaciones anteriores, tanto en convocatoria ordinaria como en extraordinaria, es necesario obtener al menos un cinco en el examen final correspondiente. El alumno con nota inferior se considerará suspenso.

6. PROGRAMA DETALLADO DE LA ASIGNATURA

- 1.- La figura del Emprendedor.
- 2.- EL BUSINESS PLAN: Formulación y Análisis crítico.
- 3.- LA BÚSQUEDA SISTEMÁTICA: Evaluación de un negocio en funcionamiento.

- 4.- LA ORGANIZACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA Y EL PROCESO DE CRECIMIENTO
- 5.- EL PRODUCTO: Importancia de su definición
- 6.- LA DECISIÓN: De ejecutivo estable a Empresario
- 7.- LA PUESTA EN MARCHA
- 8.- LA COMPRA DE UN NEGOCIO: Alternativa a la creación

7. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Al utilizar fundamentalmente el método del caso apoyado con notas técnicas, no se requiere un libro de texto oficial, aunque se recomienda la lectura de:

Peter F. Drucker, La Innovación y el Empresario Innovador, primera edición. EDHASA, 1986.

José Simón Corchero, M^a Vicenta Pérez Silvestre, Finanzas para Emprendedores, Fundación EOI, 2004

Pedro Nueno, Emprendiendo, El arte de crear empresas y sus artistas, Ediciones DEUSTO, 1994.

8. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Guía para la creación de empresas, novena edición, Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid, 2002

Francisco José González Domínguez, Creación de empresas: Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales, Ediciones Pirámide (Grupo Anaya S.A.), 2000.

9. TRABAJOS DURANTE EL CURSO DE CARÁCTER OPTATIVO

Se definirán a lo largo del curso

10. CURRÍCULUM BREVE DEL PROFESOR

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Master MBA por el IESE. Ha sido Director Comercial de Lois France, Director General de Jeans Import, y Director General de Wrangler España S. A. Actualmente, compatibiliza su labor docente con la dirección de la consultora Mega Consulting.

11. INFORMACIÓN GENERAL

Nº DE CRÉDITOS ECTS	IDIOMA DE IMPARTICIÓN
2	Español