



Ecosistema
Emprendedor
**Máster Universitario en
Dirección de Empresas
(MBA)**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Ecosistema Emprendedor

Titulación: Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)

Curso Académico: 2019-20

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos ECTS: 6

Semestre: 2º

Profesor: D. Mario Cantalapiedra Arenas

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas

CB6.- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7.- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10.- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida auto-dirigido o autónomo.

Competencias generales

CG1.- El alumno debe adquirir conocimientos actualizados de las distintas áreas de la empresa.

CG2.- El alumno debe ser capaz de entender de forma sistemática la información relevante de la empresa, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, teniendo en cuenta cómo afecta a otros departamentos.

CG3.- El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.

CG4.- El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.

CG8.- El alumno debe ser capaz de reconocer la necesidad del cambio y debe tener la habilidad necesaria para gestionarlo.

CG10.- El alumno debe ser capaz de aportar valor a la empresa mediante su creatividad y participación.

Competencias específicas

CE1.- Capacidad de comprender los conceptos fundamentales del área de dirección de personas en la empresa y perfeccionarlos de acuerdo con las últimas tendencias en el gobierno de las personas y de las organizaciones.

CE5.- Capacidad de analizar la situación estratégica de una empresa y su producto o servicio, y tomar decisiones para la implementación de la estrategia de marketing plasmada en un plan de marketing.

CE12.- Capacidad para interpretar la información contable, y tomar decisiones sobre la misma.

CE13.- Capacidad para entender cómo se valora una empresa y su estructura financiera, y tomar decisiones de gestión e inversión.

CE31.- Capacidad para determinar la viabilidad de una idea de negocio a partir del estudio en profundidad de todos los aspectos relacionados con la oportunidad (humanos, financieros, económicos, entorno, etc.).

CE36.- Capacidad para simular la actividad empresarial y coordinar los aspectos más relevantes de la misma.

CE37.- Capacidad para obtener, analizar y evaluar información relevante que le permita desarrollar conocimientos aplicados a las ciencias empresariales, orientados a la creación y dirección de empresas.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Comprender qué es el emprendimiento y el perfil del emprendedor.
- Reconocer oportunidades y generar nuevas ideas de emprendimiento.
- Diagnosticar la viabilidad de un proyecto y las fuerzas competitivas de una industria.
- Identificar y proponer nuevos modelos de negocio.
- Conocer el mundo del Revenue Management.
- Saber presentar un business plan a inversores.
- Conocer las últimas tendencias del ecosistema emprendedor: en marketing (dispositivos móviles, internet y apps), ética, propiedad intelectual, estrategias de crecimiento, emprendimiento social y franquicias.
- Saber diagnosticar, medir y entender un ecosistema emprendedor.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Ecosistema Emprendedor. Desde la orientación de casos prácticos se explica el ecosistema emprendedor desde diversas vertientes, como la generación de ideas en el mundo de emprendimiento, tendencias de emprendimiento enfocadas al Revenue Management, moverse

de una idea a un proyecto real, cómo se gestiona y crece una startup dentro del actual ecosistema emprendedor (el marketing del nuevo emprendimiento, propiedad intelectual, estrategias de crecimiento), diagnóstico de un ecosistema emprendedor y otros modelos de emprendimiento como el Emprendimiento social o las franquicias.

2.3. Contenido detallado

<p>Parte 1. Introducción al emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qué es esta cosa llamada emprendimiento y cómo triunfar en él <p>Parte 2. Ecosistema de generación de ideas en el mundo de emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer oportunidades y generar ideas • Análisis de viabilidad • Desarrollar un modelo efectivo de negocio • Análisis del competidor y de la industria <p>Parte 3. Ecosistema emprendedor enfocado al Revenue</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mundo del Pricing y Revenue Management en el ecosistema emprendedor <p>Parte 4. Moviéndose de una idea a una empresa de emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Business Plan: Cómo hacerlo, Tipos, Modos de presentación • Preparar unos sólidos cimientos éticos y legales • Aseguramiento de la fortaleza financiera y su viabilidad • Construir un equipo <p>Parte 5. Gestionar y crecer una startup dentro del ecosistema emprendedor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos relevantes de marketing • La importancia de la propiedad industrial • Estrategias de crecimiento <p>Parte 6. Diagnóstico de un ecosistema emprendedor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cómo se detecta • Cómo se mide • Entender un ecosistema emprendedor a nivel global • Casos prácticos de los principales ecosistemas emprendedores a nivel global <p>Parte 7. Otros modelos de emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento social • Franquicias

2.4. Actividades dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar actividades, prácticas, memorias o proyectos en los que los alumnos muestren ejemplos de aplicación de los métodos y técnicas desarrollados en la asignatura.

2.5. Actividades formativas

Modalidad Presencial:

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
Clase magistral y fundamentos teóricos	35	100%
Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias	10	100%
Tutoría	10	25%
Trabajo individual del estudiante	65	0%
Trabajo en grupo del estudiante	20	0%

Puesta en común de resultados y procedimientos:	10	100%
---	----	------

Modalidad Semipresencial:

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
Clase magistral y fundamentos teóricos	35	100%
Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias	10	100%
Tutoría	30	25%
Trabajo individual del estudiante	45	0%
Trabajo en grupo del estudiante	20	0%
Puesta en común de resultados y procedimientos:	10	100%

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
Trabajo individual	25%
Trabajos grupales	25%
Prueba final	50%

Modalidad: Semipresencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	35%
Trabajos grupales	15%
Prueba final	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	50%
Trabajos grupales	0%
Prueba final	50%

Modalidad: Semipresencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	50%
Trabajos grupales	0%
Prueba final	50%

En todo caso, la superación de cualquier materia/asignatura, sin excepción, para las dos modalidades está supeditada a aprobar las pruebas finales presenciales correspondientes.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para superar con éxito cualquier materia/asignatura, el alumno debe aprobar el examen final presencial. Esto es, en el examen final se debe alcanzar una calificación igual o superior a 5 en una escala de 0-10, siendo 0 la nota mínima y 10 la máxima.

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 tolera en ningún caso el plagio o copia. Se considera plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría 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

- CORCHERO, José S.; PÉREZ, María V. (2004): *Finanzas para emprendedores*. Colección EOI Empresas.
- DOMINGUEZ, Francisco J. (2000): *Creación de Empresa: Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales*. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.).
- IRIZAR, I. (2004): *Cómo crear una empresa*. Barcelona: Ediciones Deusto.

- MARIOTTI, S. (2000). *The Young Entrepreneur's Guide to Starting and Running a Business*. River Press.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. (2011): *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- RIES, Eric (2012): *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- SILVA, Jorge E. (2004): *Cómo iniciar su propio negocio, el perfil del empresario*. Escuela de Administración de Negocios (EAN).

Bibliografía complementaria

- CHAN KIM, W. (2005): *Blue Ocean Strategy*. Harvard Business School Press.
- DRUCKER, Peter F. (1986): *La innovación y el empresario innovador*. Edhasa.
- GALTES, M. (2011): *Aventuras de emprendedores*. Barcelona: Libros de Cabecera, S.L.
- KIMMEL, Paul D. (2003): *Financial accounting: Tools for business decision making*. Wiley.
- KRASS, Peter (2000): *The Little book of business wisdom*. Wiley.
- MARIOTTI, S. (2013): *Entrepreneurship: Starting and operating a small business*. Prentice-Hall.
- MORAN, M. (2005): *Search Engine Marketing, Inc.: Driving Search Traffic to Your Company's Web Site*. IBM Press.