



Título propio reconocido por:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GLOBAL EXECUTIVE MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION

GUÍA DOCENTE DE EMPRENDIMIENTO [2023-24]

DATOS GENERALES

Nombre:	EMPREDIMIENTO
Curso:	2023-24
Titulación:	Global Executive Master in Business Administration
Número de créditos (ECTS):	5
Fecha de la última revisión:	Mayo de 2023
Profesor Responsable:	Mar Alarcón Batlle Raúl Sánchez Adell Rosa Guirado

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura de emprendimiento proporciona a los estudiantes una sólida base de conocimientos y habilidades para comprender y desarrollar proyectos emprendedores en el contexto empresarial actual. A lo largo de la asignatura, se exploran diversos temas esenciales relacionados con el emprendimiento y las *startups*.

Se analizará a profundidad el ecosistema emprendedor, examinando la figura del emprendedor y las características de liderazgo necesarias para alcanzar el éxito en este ámbito. Los estudiantes adquirirán conocimientos sobre la creación de startups, desde la etapa inicial de ideación hasta la fase de crecimiento. Se les proporcionará una comprensión sólida sobre el diseño de modelos de negocio efectivos y la identificación y desarrollo de un producto mínimo viable (MVP). Además, se explorarán estrategias para acceder a financiación y se proporcionarán herramientas para comprender y utilizar métricas clave en el seguimiento y evaluación del progreso de los proyectos emprendedores.

Un tema fundamental abordado en la asignatura es el emprendimiento social y ético. Los estudiantes explorarán la importancia de la responsabilidad social y ética en el emprendimiento, examinando conceptos como la ética empresarial, la responsabilidad social empresarial y la medición del impacto social.

Con un enfoque práctico y de análisis de casos reales, los estudiantes adquirirán una comprensión profunda de cómo integrar consideraciones sociales y éticas en sus proyectos emprendedores. Se fomentará la reflexión sobre los valores y la integridad en los negocios,

así como la identificación de oportunidades para generar un cambio positivo en la sociedad a través de la actividad emprendedora.

2. OBJETIVOS

- Comprender los fundamentos del emprendimiento y las características del ecosistema emprendedor actual, incluyendo la figura del emprendedor y las habilidades de liderazgo necesarias.
- Explorar el proceso de creación de una *startup*, desde la generación de ideas hasta la fase de crecimiento, con énfasis en el diseño de modelos de negocio y el desarrollo de productos mínimos viables (MVP).
- Analizar el ecosistema inversor y adquirir conocimientos sobre herramientas y estrategias para acceder a financiación y comprender las métricas clave utilizadas para evaluar el progreso y el éxito de los proyectos emprendedores.
- Conocer la economía de plataformas y comprender el papel de las plataformas digitales, sus modelos de negocio, los servicios que ofrecen y las responsabilidades asociadas.
- Explorar el emprendimiento social y ético, incluyendo temas como la ética empresarial, la responsabilidad social empresarial y la medición del impacto social.
- Desarrollar habilidades para identificar oportunidades de emprendimiento con un enfoque social y ético, promoviendo la generación de un impacto positivo en la sociedad.
- Fomentar la reflexión sobre los valores y la integridad en los negocios, promoviendo la integración de la responsabilidad social en el modelo de negocio emprendedor.
- Analizar casos prácticos de emprendimientos sociales y discutir desafíos éticos en el emprendimiento, a través de debates y ejemplos que promuevan la toma de decisiones éticas en el ámbito empresarial.

3. CONTENIDOS

BLOQUE I. ECOSISTEMA *STARTUP*

BLOQUE II. PLATAFORMAS DIGITALES Y MONETIZACIÓN

BLOQUE I. ECOSISTEMA *STARTUP*

Resultados de aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas del bloque y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar las distintas metodologías para la creación y lanzamiento de una *startup* desde su ideación hasta la denominada fase *growth* o de crecimiento.
- Elaborar un plan financiero viable para la obtención de capital.
- Identificar y analizar dilemas éticos y desafíos sociales en el contexto empresarial, así como de integrar consideraciones sociales y éticas en la concepción y diseño de proyectos emprendedores.
- Evaluar y comunicar el impacto social de los proyectos emprendedores, reflexionar sobre sus valores y la integridad en los negocios, e identificar oportunidades para generar un cambio positivo en la sociedad a través de la actividad emprendedora.

TEMA 1. ELEMENTOS CLAVE PARA CREAR UNA *STARTUP*

Contenido

- 1.1 Aspectos clave para iniciar una *startup*.
- 1.2 El modelo de negocio. Estudio del Canvas.
- 1.3 Producto Mínimo Viable: Herramientas para evaluar la primera versión de tu *startup*.
- 1.4 Plan financiero y métricas clave.

TEMA 2. CRECIMIENTO Y FINANCIACIÓN DE UNA *STARTUP*

Contenido

- 2.1 Ciclo de vida de una *startup*.
- 2.2 Financiación para *startups*: Ecosistema inversor.
- 2.3 *Elevator Pitch*
- 2.4 *Deck* de inversión.

TEMA 3. EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y ÉTICO

Contenido

- 3.1 Introducción al emprendimiento social y ético.
- 3.2 Ética empresarial y responsabilidad social.
- 3.3 Medición del impacto social.
- 3.4 Integrando consideraciones sociales y éticas en proyectos emprendedores.
- 3.4 Ética y valores en los negocios.

BLOQUE II. PLATAFORMAS DIGITALES Y MONETIZACIÓN

Resultados de aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas del bloque y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Diseñar la arquitectura de las plataformas digitales, incluyendo los diferentes lados, los efectos de red y los costos de cambio.
- Lanzar y monetizar una plataforma de manera efectiva, y analizar las estrategias clave utilizadas tanto por los actores establecidos como por los nuevos participantes en el mercado.
- Explorar, a través del análisis de casos reales, los dilemas estratégicos que enfrentan las plataformas, obteniendo así una visión práctica de este tema.

TEMA 4. ECONOMÍA DE PLATAFORMAS: DISEÑO, MONETIZACIÓN Y ESTRATEGIAS

Contenido

- 4.1 Tipos de plataformas y características distintivas.
- 4.3 Arquitectura y componentes de las plataformas digitales.
- 4.3 Competencia y cooperación entre plataformas.
- 4.4 Monetización de plataformas digitales.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje experiencial en Euncet Business School combina un conjunto de metodologías que permiten al participante alcanzar de una forma práctica e innovadora las competencias propias del perfil profesional de salida establecido en un programa executive.

CLASES PARTICIPATIVAS

Las sesiones lectivas se llevan a cabo mediante la interacción permanente entre el estudiantado y el profesorado que las imparte con la finalidad de contrastar los conceptos tratados mediante análisis y debate abierto con el apoyo de casos prácticos reales y simulaciones orientadas a la toma de decisiones.

CASOS PRÁCTICOS

Resolución de supuestos de problemáticas empresariales para experimentar la aplicación práctica de los contenidos teóricos de las diferentes asignaturas.

APRENDIZAJE POR PROYECTOS

Realización de trabajos en grupo para desarrollar y presentar tareas y proyectos, resolviendo situaciones o retos.

5. EVALUACIÓN

Los programas Executive Education están basados en un modelo de evaluación por competencias, en el que se valora el progreso del estudiante en la consecución de los objetivos planteados en el programa de estudios. Se basa en la reflexión y el análisis de casos prácticos de la vida real, proyectos, debates, ejercicios, o presentaciones realizadas de forma individual o grupal, que contribuyan a la toma de decisiones empresariales.

El sistema de evaluación de esta asignatura pretende garantizar tanto la comprensión de los contenidos cómo la capacidad del estudiante para ponerlos en práctica; valorando el progreso y el esfuerzo continuado.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Christensen, C. (1997). *The Innovator's Dilemma*. Harvard Business School Press. ISBN: 978-1633691780
- Elkington, J. (2004). Enter the Triple Bottom Line. In A. Henriques & J. Richardson (Eds.), *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up?* (pp. 1-16). Earthscan Publications. ISBN: 978-1853839824
- Evans, D. S., & Schmalensee, R. (2016). *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*. Harvard Business Review Press. ISBN: 978-1633691728
- Dyer, J. (2011). *The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators*. Harvard Business Review Press. ISBN: 978-1422134818
- Gladwell, M. (2000). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. Back Bay Books. ISBN: 978-0316346627
- Grant, A. (2013). *Give and Take: A Revolutionary Approach to Success*. Penguin Books. ISBN: 978-0143124986
- Hagiú, A., & Wright, J. (2020). *Invisible Engines: How Software Platforms Drive Innovation and Transform Industries*. MIT Press. ISBN: 978-0262539126
- Liedtka, J., & Ogilvie, T. (2011). *Designing for Growth: A Design Thinking Tool Kit for Managers*. Columbia University Press. ISBN: 978-0231158381
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. (No ISBN)
- Malone, M., Salim, S., & Van Geest, Y. (2014). *Exponential Organizations: Why New Organizations are Ten Times Better, Faster, and Cheaper Than Yours (and What to Do about It)*. Diversion Books. ISBN: 978-1626814233
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley. ISBN: 978-0470876411
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. W. W. Norton. ISBN: 978-0393354355
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business. ISBN: 978-0307887894
- Ries, E. (2019). *The Startup Way: How Modern Companies Use Entrepreneurial Management to Transform Culture and Drive Long-Term Growth*. Currency. ISBN: 978-1101903209

- Rumelt, R. (2011). Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters. Crown Business. ISBN: 978-0307886231
- Stickdorn, M. (2018). This is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World. O'Reilly Media. ISBN: 978-1491927182

6.2. WEBGRAFÍA

- AngelList. (s.f.). Recuperado de <https://angel.co/>
- Ashoka. (s.f.). Recuperado de <https://www.ashoka.org/>
- B Lab. (s.f.). Recuperado de <https://bcorporation.net/>
- Crunchbase. (s.f.). Recuperado de <https://www.crunchbase.com/>
- Harvard Business Review - Platform Strategy. (s.f.). Recuperado de <https://hbr.org/topic/platform-strategy>
- Lean Startup. (s.f.). Recuperado de <https://leanstartup.co/>
- McKinsey Digital. (s.f.). Recuperado de <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/>
- Platform Revolution. (s.f.). Recuperado de <https://platformrevolution.com/>
- SeedInvest. (s.f.). Recuperado de <https://www.seedinvest.com/>
- Social Enterprise Alliance. (s.f.). Recuperado de <https://socialenterprise.us/>
- StartUpLab. (s.f.). Recuperado de <https://www.startuplab.io/>
- Strategyzer. (s.f.). Recuperado de <https://www.strategyzer.com/>

6.3. AUDIOVISUALES

- Boyle, D. (Director). (2015). Steve Jobs [Película]. Universal Pictures.
- Fincher, D. (Director). (2010). The Social Network [Película]. Columbia Pictures.
- Hancock, J. L. (Director). (2016). The Founder [Película]. The Weinstein Company.
- McKay, A. (Director). (2015). The Big Short [Película]. Paramount Pictures.
- O. Russell, D. (Director). (2015). Joy [Película]. 20th Century Fox.
- Meyers, N. (Director). (2015). The Intern [Película]. Warner Bros. Pictures.
- Miller, B. (Director). (2011). Moneyball [Película]. Columbia Pictures.
- Scorsese, M. (Director). (2013). The Wolf of Wall Street [Película]. Paramount Pictures.
- Muccino, G. (Director). (2006). The Pursuit of Happyness [Película]. Columbia Pictures.