



Título propio reconocido por:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GLOBAL EXECUTIVE MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION

GUÍA DOCENTE DE EMPRENDIMIENTO [2023-24]

DATOS GENERALES

Nombre:	EMPRENDIMIENTO
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:	Raúl Sánchez Adell

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.
- 1.3 Estudio del Business Model Canvas.
- 1.4 Producto Mínimo Viable: Herramientas para evaluar la primera versión de tu *startup*.
- 1.5 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 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 Arquitectura y componentes de las plataformas digitales.
- 4.2 Tipos de plataformas y características distintivas
- 4.3 Competencia y cooperación entre plataformas.
- 4.4 Dilemas en el Diseño de Plataformas.
- 4.5 Monetización de plataformas digitales.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El Global Executive Master in Business Administration (GEMBA) se organiza de manera que el estudiante pueda obtener los conocimientos de las diferentes asignaturas, consiga llevarlos a la práctica, y desarrolle una actitud proactiva y pensamiento crítico hacia los mismos.

El programa virtual ofrece un plan de estudios flexible y progresivo que permite al participante escoger su ritmo de aprendizaje. Debido a esto, las metodologías de enseñanza empleadas son:

RECURSOS DE APRENDIZAJE. En este espacio se pone de los materiales principales de la asignatura, así como de otras fuentes de información de interés para el estudio. Si bien es cierto que cada uno marca su ritmo de estudio particular, se propone una temporalización pensada para seguir adecuadamente la evaluación establecida para la asignatura.

MICRO LEARNING. Materiales audiovisuales que introducen, complementan o amplían los conceptos clave de forma sencilla y práctica.

RETOS DE APRENDIZAJE | *Learning by doing*. Aprendizaje orientado a la resolución de casos prácticos reales que fomentan la aplicación práctica de los contenidos teóricos tratados en los diferentes bloques de cada asignatura. La resolución de estos supuestos empresariales se presenta con la finalidad de comprobar que se ha alcanzado los objetivos de la asignatura.

FORO. Espacio de consulta al profesorado para resolver cualquier concepto que no haya quedado claro durante el estudio o trabajo individual de la asignatura.

DEBATES. Espacio de discusión promovido por el profesorado para comentar temas de actualidad.

MASTERCLASS. Sesiones impartidas en formato *streaming* por profesionales expertos, que tienen como objetivo profundizar algún tema en específico dentro del ámbito empresarial, aplicando conocimientos teóricos a situaciones prácticas y fomentando el aprendizaje.

SIMULADOR DE NEGOCIOS | BUSINESS GAME. Los estudiantes serán responsables de la gestión del emprendimiento a lo largo de varios periodos. A partir de las decisiones tomadas, el simulador calculará la nueva situación empresarial y facilitará a cada estudiante los resultados obtenidos por su empresa, así como información para poder analizarla y tomar nuevas decisiones.

5. EVALUACIÓN

El Global Executive Master in Business Administration está basado en un modelo de evaluación por competencias, en el cual se valora el progreso del estudiante en la consecución de los objetivos planteados en el máster. Se basa en la validación de los conocimientos aprendidos mediante test y en torno a retos de aprendizaje.

- **TEST.** Al finalizar cada bloque correspondiente a una asignatura, el estudiante será capaz de demostrar la asimilación de los contenidos a través de la realización de un cuestionario tipo test.
- **RETOS DE APRENDIZAJE.** Consiste en el análisis, la reflexión y la resolución de casos prácticos reales y de forma individual, que contribuyan a la toma de decisiones empresariales. Las situaciones planteadas pretenden contextualizar las actividades formativas y se basan en competencias y resultados de aprendizaje a alcanzar.
- **SIMULADOR DE NEGOCIOS | BUSINESS GAME.** Permite validar la importancia de la toma de decisiones ágiles en un entorno dinámico y la adaptación de las elecciones según la respuesta del mercado, promoviendo así el desarrollo de habilidades cruciales para la gestión empresarial en un contexto de innovación.

La calificación final de la asignatura se obtiene de la sumatoria del valor de la media aritmética de las notas de los test y retos de aprendizaje. La nota se expresará, para cada estudiante, en la escala siguiente, con mención de la calificación cualitativa que corresponda:

- 0-49: Suspenso
- 50-69: Aprobado
- 70-89: Notable
- 90-100: Sobresaliente

Una asignatura suspendida impide la obtención del título de Máster, por lo tanto, se deberá volver a matricular esa asignatura.

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.