



IMPLANTACIÓN Y
LANZAMIENTO DE
NUEVAS
EMPRESAS / LEAN
START UP
**Grado en Creación,
Administración y
Dirección de
Empresas**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: IMPLANTACIÓN Y LANZAMIENTO DE NUEVAS EMPRESAS / LEAN START UP

Titulación: Grado en Creación, Administración y Dirección de Empresas

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano/Inglés

Modalidad: Presencial/a distancia

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Arenas Falótico, Andrés Jerónimo; Rey Actis, Bárbara

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Competencias básicas: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- Competencias generales: CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG8, CG9, CG10, CG11, CG14, CG16
- Competencias específicas: CE2, CE11, CE12, CE13, CE18, CE21, CE24, CE30, CE38, CE46, CE47

1.2. Resultados de aprendizaje

- Distinguir entre emprendedor, emprendimiento y creación de empresas
- Reconocer y saber analizar las características de una persona emprendedora
- Ser capaz de identificar y utilizar las diferentes herramientas para detectar oportunidades de negocio y fuentes de financiación
- Ser capaz de desarrollar e implementar un plan de empresa
- Aplicar técnicas de creatividad para ser un emprendedor innovador
- Identificar mercados internacionales interesantes para desarrollar la actividad de una empresa

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

No hay requisitos previos en las asignaturas de esta materia.

2.2. Descripción de los contenidos

El fin de esta asignatura es desarrollar un prototipo o un producto mínimo viable (MVP) para ser lanzado al mercado. Como es obvio, estos productos no son perfectos, pues su tiempo de desarrollo ha sido escaso y su propósito es únicamente ampliar conocimientos del mercado y analizar el impacto del producto en el mismo.

The purpose of this subject is to develop a prototype or a minimum viable product (MVP) to be released to the market. Obviously, these products are not perfect, because their development time has been scarce and their purpose is only to expand knowledge of the market and analyze the impact of the product in it.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

Puesta en marcha de ideas: producto y mercado

Los puntos para convertir la idea en negocio.
El valor distintivo del producto o servicio. Distinguir entre característica, ventaja, beneficio y atributo.
Las características comportamentales y motivacionales del mercado potencial.
Afinar el perfil económico, social, profesional y cultural del cliente.

Información y conocimiento

Comprender las necesidades de los clientes y disponer de información sobre el grado de preocupación de las mismas.
Saber su predisposición hacia la compra del producto.
Herramientas prácticas para trabajar el conocimiento que se tiene de los clientes.

Prepararse para vender

El emprendedor y la venta.
Cómo y dónde encontrar a mis clientes.
Puesta en marcha del plan de lanzamiento del producto o servicio
Cómo llegar y posicionarse en la mente de los clientes.

Pivotar y mejorar

Creación de un producto mínimo viable: estudio de casos y práctica.
Reformular mi propuesta hacia un modelo online.
Creación de alianzas estratégicas de negocio.
Nuevos mercados para expandir el producto o crear nuevas ideas de negocio.
Rondas de financiación, premios y networking.

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. El valor distintivo. Los alumnos deberán analizar varios productos o servicios del mercado pertenecientes todos ellos a la misma categoría y deberán realizar un análisis comparativo de sus rasgos identitarios y de cómo los difunden entre su público. Los alumnos deberán extraer una serie de conclusiones que deberán relacionar con lo estudiado en el módulo correspondiente y ofrecer una propuesta de mejora sobre cómo esos productos se definen y presentan en el mercado.

Actividad Dirigida 2. El conocimiento de los clientes. Los alumnos detectarán dos necesidades en dos segmentos de mercado diferentes entre sí. Diseñarán un método de obtención de información del grado de preocupación que esos segmentos tienen hacia esas necesidades, así como de su predisposición e interés a adquirir una solución que cubra esas necesidades. Tras esta investigación harán una redefinición del problema y evaluarán su importancia, detectando (o no) una posible idea de negocio.

Actividad Dirigida 3. Creación de un PMV (producto mínimo viable). Los alumnos, con todos los datos e información de los distintos módulos de la asignatura, deberán crear un PMV y defender su prototipo en clase.

2.5. Actividades formativas

Actividades formativas:		
Tipo de actividad modalidad presencial	Horas	Presencialidad %
A1 Clase Magistral/ Fundamentos Teóricos	45	100%
A2 Clases prácticas. Seminarios y talleres	9	100%
A3 Tutoría	9	100%
A4 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	18	0%
A5 Actividades a través de recursos virtuales	6	50%
A6 Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	6	0%
A7 Estudio individual	51	0%
A13 Evaluación	6	100%
Tipo de actividad modalidad a distancia	Horas	Presencialidad %
A9 Clases asíncronas	12	0%
A10 Clases prácticas. Síncronas o asíncronas	12	0%
A3 Tutoría	24	0%
A4 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	18	0%
A5 Actividades a través de recursos virtuales	12	0%
A6 Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	12	0%
A7 Estudio individual	54	0%
A13 Evaluación	6	100%

Metodologías docentes:
Presencial: MD1, MD2, MD3, MD4, MD5
A distancia: MD1, MD2, MD3, MD4, MD5

2. SISTEMA DE EVALUACIÓN

2.1. 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.

2.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S1 Asistencia y participación en clase	10%
S2 Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
S3 Prueba parcial presencial (escrita/presentación trabajo)	10%
S4 Examen final o trabajo final presencial	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S10 Participación en foros y actividades tutorizadas	10%
S2 Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
S4 Examen final o trabajo final presencial	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S2 Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
S4 Examen final o trabajo final presencial	70%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S2 Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
S4 Examen final o trabajo final presencial	70%

Restricciones y explicación de la ponderación: Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en ambas convocatorias.

En todo caso, la superación de cualquier materia/asignatura está supeditada a aprobar las pruebas finales presenciales e individuales correspondientes.

2.3. 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.

2.4. 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.

3. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Aulet, B. (2015). *La disciplina de emprender*. Madrid: LID Editorial Empresarial.

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*. Barcelona: Gestión 2000.

Bibliografía recomendada

Wagner, T. (2014). *Creando innovadores*. Editorial Kolima.

Zhexembayeva, N. (2014) *La estrategia del océano esquilado*. Editorial Cabecera.