

8025 – Validación del Modelo de Negocio (Lean Startup Methodology)

Tipo de asignatura	
<p> Titulación: Máster Universitario en Emprendimiento e Innovación Curso: Primero Trimestre: Tercero Créditos ECTS: 3 Coordinador Asignatura: Dr. Giovanni Giusti Profesorado: Dr. Giovanni Giusti y John Correa Idioma de impartición: inglés / castellano </p>	
1.- Objetivos	
<p>Objetivos de aprendizaje generales de la asignatura</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprender la metodología, y las etapas claves para realizar un “MVP” (Minimum Viable Product) eficaz de su producto o servicio y testear sus supuestos básicos. 2. Realizar el MVP de su propio producto. 3. Con un enfoque en la innovación de producto, el estudiante podrá conocer y aplicar a su proyecto las principales herramientas de venta y de CRM necesarias desde el lanzamiento comercial de su producto/servicio.
2.- Competencias	
<p>2.1.- Competencias básicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CB1.- 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 • CB2.- 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 • CB4.- 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

<p>2.2.- Competencias transversales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CT2.- Liderar un equipo y trabajar equipos multidisciplinares, participando activamente en las tareas y negociando ante opiniones discrepantes hasta llegar a posiciones de consenso • CT3.- Reconocer la diversidad de puntos de vista, entender la multiculturalidad y ser capaz de dar a conocer las opiniones propias dentro del respeto a las opiniones divergentes • CT4. Desarrollar la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género para diseñar soluciones
<p>2.3.- Competencias específicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CE1.- Planificar y gestionar eventos, seminarios y congresos relacionados con temas de emprendimiento y creación de negocios innovadores • CE3.- Aplicar la inteligencia competitiva para detectar señales de cambio, analizar tendencias, reacciones y estrategias de competidores actuales y/o potenciales. • CE7.- Saber aplicar y adaptar la tecnología para la creación de proyectos emprendedores. • CE8.- Fomentar el capital relacional mediante la creación de redes sociales y la incorporación a las ya existentes con el fin de sacar el máximo provecho posible de ellas en el desarrollo y aplicación de su idea de negocio
<p>3.- Metodología de trabajo</p>	
<p>Sesiones teóricas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clase magistral: Sesiones de clase expositivas basadas en la explicación del profesor en la que asisten todos los estudiantes matriculados en la asignatura • Presentaciones: Formatos multimedia que sirven de apoyo a las clases presenciales
<p>Aprendizaje dirigido</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios: Formato presencial en pequeños grupos de trabajo. Son sesiones ligadas a las sesiones presenciales de la asignatura que permiten ofrecer una perspectiva práctica de la asignatura y en la que la participación del

	<p>estudiante es clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de casos: Dinámica que parte del estudio de un caso que sirve para contextualizar al estudiante en una situación en concreto, el profesor puede proponer distintas actividades, tanto a nivel individual como en grupo, entre sus estudiantes
Aprendizaje autónomo	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de ejercicios y problemas: Actividad no presencial dedicada a la resolución de ejercicios prácticos a partir de los datos suministrados por el profesor • Tutorías no presenciales: para las que el alumno dispondrá de recursos telemáticos como el correo electrónico y los recursos de la intranet de la ESCSET

4.- Evaluación de la asignatura

Sistema de evaluación:

SE1. Participación en las actividades planteadas dentro del aula - 10%

SE2. Trabajos individuales y/o en grupo - 70%

SE3. Exposiciones - 20%

Trabajo individual 70% (por proyecto):

1. El estudiante deberá crear y entregar su MVP (Producto mínimo viable) completo de herramientas de evaluación y testeo de sus supuestos. El testeo se deberá llevar a cabo en un entorno online.
2. El estudiante deberá presentar su página/plataforma web en funciones y con las características básica para su testeo de mercado.

Exposiciones (20%):

3. El estudiante expondrá su MVP y Pagina/Plataforma web en clase teniendo a disposición 5 minutos. Se valorará la eficacia de la explicación delante de los profesores.

Participación en clase (10%):

4. Siendo la primera actividad enfocada en el testeo de las hipótesis y la segunda en el uso de herramientas de gestión básica de los primeros clientes.

5.- Contenidos de la asignatura

1. Lean Startup Methodology

- 1.1. Build and test assumptions: The experiment phase
- 1.2. Measure: Build-measure-learn feedback loop
- 1.3. Learn: validated learning

- 1.4. Canvas and Lean Methodology
- 2. Herramientas digitales para ayudar a crear el MVP en cualquier etapa**
 - 2.1. Etapa uno: Empatía
 - 2.2. Etapa dos: pegajosidad
 - 2.3. Etapa tres: viralidad
 - 2.4. Etapa cuatro: Ingresos
 - 2.5. Etapa cinco: Escala
- 3. Creación del Minimum Viable Product (RoadMap MVP)**
 - 3.1. Características del MVP, sus funcionalidades básicas y el gasto mínimo
 - 3.2. La web, gestionar leads, etc. Creación app (¿Cuándo es necesaria?)
 - 3.3. Taller desarrollo del MVP de cada estudiante
- 4. Análisi digital**
 - 4.1. Basado en datos vs. Informado por datos
 - 4.2. Marcos de anàlisis
 - 4.3. Análisis para su negocio específico
 - 4.4. Talleres prácticos para la implementación de KPIs
- 5. Análisis comparativo para diferentes empresas**
 - 5.1. Comercio electrónico
 - 5.2. SaaS
 - 5.3. Aplicación móvil gratuita
 - 5.4. Sitios de multimedia
 - 5.5. Contenido generado por el usuario
 - 5.6. Mercados de dos caras
- 6. Herramientas para ayudar a gestionar las primeras ventas**
 - 6.1. Tareas de gestión básica
 - 6.2. Las herramientas de gestión básicas para una startup
 - 6.3. Implementación de las principales herramientas enfocadas al proyecto de cada alumno

7. Gestión de equipos pequeños

7.1 Liderazgo Lean

7.2 Métodos ágiles

7.3 Herramientas para incrementar el desempeño del equipo

6.- Recursos didácticos

Bibliografía básica:

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.

Croll, A., & Yoskovitz, B. (2013). Lean analytics: Use data to build a better startup faster. " O'Reilly Media, Inc."

Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses

Blank, S., & Dorf, B. (2020). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. John Wiley & Sons.

Blank, S. (2013). Why the lean start-up changes everything. Harvard business review, 91(5), 63-72.

Flores, A. (2011). La actitud innovadora. Netbiblo.

Bibliografía complementaria:

Rangan, V. K. (2006). Transforming your go-to-market strategy: the three disciplines of channel management. Harvard Business Press.

Blank, S. (2012). "Search versus Execute". Blog de Steve Blank disponible en <http://steveblank.com/2012/03/05/search-versus-execute>

8025 - Lean Startup Methodology

General Information	
<p> Degree: University Master's Degree in Entrepreneurship and Innovation Course: First Quarter: Third ECTS credits: 3 Course Coordinator: Giovanni Giusti, Ph.D. Teaching Theory: Giovanni Giusti, Ph.D. John Correa Teaching language: English / Spanish </p>	
1.- Objectives	
<p>General objectives</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Learn the methodology and the key steps to carry out an effective "MVP" (Minimum Viable Product) of your product or service and test its basic assumptions. 2. Perform the MVP of your own product. 3. With a focus on product innovation, the student will be able to know and apply to their project the main sales and CRM tools necessary since the commercial launch of your product / service.
2.- Competences	
<p>2.1.- Basic competences</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CB1.- Possess and understand knowledge that provides a basis or opportunity to be original in the development and / or application of ideas, often in a research context. • CB2.- That the students know how to apply the knowledge acquired and their ability to solve problems in new or little-known environments within broader (or multidisciplinary) contexts related to their area of study • CB4.- That the students know how to communicate their conclusions and the latest knowledge and reasons that support them to specialized and non-specialized audiences in a clear and unambiguous way

2.2.- Transversal competences	<ul style="list-style-type: none"> • CT2.- Lead a team and work multidisciplinary teams, actively participating in tasks and negotiating with dissenting opinions until reaching consensus positions • CT3.- Recognize the diversity of points of view, understand multiculturalism and be able to make one's own opinions known within respect for divergent opinions • CT4. Develop the ability to assess gender and gender inequalities to design solutions
2.3.- Specific competences	<ul style="list-style-type: none"> • CE1.- Plan and manage events, seminars and congresses related to entrepreneurship and innovative business creation. • CE3.- Apply competitive intelligence to detect signs of change, analyze trends, reactions and strategies of current and / or potential competitors. • CE7.- Know how to apply and adapt technology for the creation of entrepreneurial projects. • CE8.- Encourage relational capital through the creation of social networks and the incorporation of existing ones in order to get the most out of them in the development and application of your business idea
3.- Methodology	
Theoretical sessions	<ul style="list-style-type: none"> • Master class: Expository class sessions based on the teacher's explanation in which all students enrolled in the subject attend • Presentations: Multimedia formats that support classroom classes
Directed learning	<ul style="list-style-type: none"> • Seminars: Face-to-face format in small work groups. They are sessions linked to the face-to-face sessions of the subject that allow offering a practical perspective of the subject and in which student participation is key • Case study: Dynamics based on the study of a case that serves to contextualize the student in a specific situation, the teacher can propose different activities, both individually and in groups, among his students

<p>Autonomous learning</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resolution of exercises and problems: Non-face-to-face activity dedicated to the resolution of practical exercises from the data provided by the teacher • Tutoring: for which the student will have telematic resources such as email and the intranet resources of the ESCSET
-----------------------------------	--

4.- Overall assessment of the subject

Evaluation system:

ES1. Participation in the activities raised within the classroom - 10%

ES2. Individual or group work - 70%

ES3. Exhibitions - 20%

Individual work 70% (per project):

1. The student must create and deliver their MVP (Minimum Viable Product) complete with evaluation tools and testing of their assumptions. The testing must be carried out in an online environment.
2. The student must present their page / web platform in function and with the basic characteristics for their market testing.

Exhibitions (20%):

3. The student will present their MVP and Web Page / Platform in class with 5 minutes available. The effectiveness of the explanation will be assessed in front of the teachers.

Class participation (10%):

4. Being the first activity focused on testing the hypotheses and the second on the use of basic management tools for the first clients.

5.- Contents

1. Lean Startup Methodology -

- 1.1. Understand your real value proposition
- 1.2. Build and test assumptions: The experiment phase
- 1.3. The usefulness and the growth hypotheses
- 1.4. Measure: Build-measure-learn feedback loop
- 1.5. Learn: validated learning
- 1.6. Canvas and Lean Methodology

2. Digital Tools to Help creating the MVP at any stage

- 2.1. Stage one: Empathy
- 2.2. Stage two: Stickiness
- 2.3. Stage three: Virality
- 2.4. Stage four: Revenue
- 2.5. Stage five: Scale

3. Creation of the Minimum Viable Product (RoadMap MVP)

- 3.1. Characteristics of MVP, its basic functionalities and the minimum cost
- 3.2. The web, managing leads, etc. App Creation (When is it necessary?)
- 3.3. Workshop development of the MVP of each student

4. Lean Analytics

- 4.1 Data- Driven Vs Data-Informed
- 4.2 Analytics Frameworks
- 4.3 Analytics for your specific business
- 4.4 Practical workshop for KPIs implementation

5. Benchmark analytics for different businesses

- 5.1. E- commerce
- 5.2. SaaS
- 5.3. Free Mobile App
- 5.4. Media Site
- 5.5. User-Generated Content
- 5.6. Two-sided Marketplaces

6. Tools to help managing the first sales

- 6.1. Basic Management tasks
- 6.2. The basic management tools for a startup
- 6.3. Implementation of the main tools focused on the project of each student

7. Managing small teams

- 7.1 Lean Leadership
- 7.2 Agile Methods
- 7.3 Tools to increase team performance

6.- Didactic Resources

References:

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.

Croll, A., & Yoskovitz, B. (2013). Lean analytics: Use data to build a better startup faster. " O'Reilly Media, Inc."

Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses

Blank, S., & Dorf, B. (2020). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. John Wiley & Sons.

Blank, S. (2013). Why the lean start-up changes everything. Harvard business review, 91(5), 63-72.

Flores, A. (2011). La actitud innovadora. Netbiblo.

Further Reading:

Rangan, V. K. (2006). Transforming your go-to-market strategy: the three disciplines of channel management. Harvard Business Press.

Blank, S. (2012). "Search versus Execute". Blog de Steve Blank disponible en <http://steveblank.com/2012/03/05/search-versus-execute>