

## 8002 - Gestió Emprenedora

Tipus d'assignatura	
<p><b>Titulació:</b> Màster Universitari en Emprenedoria i Innovació  <b>Curs:</b> Primer  <b>Trimestre:</b> Primer  <b>Crèdits ECTS:</b> 4  <b>Coordinador de l'assignatura:</b> Dr. Giovanni Giusti  <b>Professor de Teoria i Seminaris:</b> Dr. Giovanni Giusti, Dr. Roberto Dopeso, Dra. Alexandra Masó, Ricard Bonastre i Leonardo Giménez  <b>Idioma d'impartició:</b> Anglès / Castellà</p>	
1.- Objectius	
<p><b>Objectius generals d'aprenentatge de l'assignatura</b></p>	<p>L'objectiu d'aquesta assignatura és proporcionar als estudiants una visió de la definició estratègica d'un projecte empresarial.  L'estudiant adquirirà habilitats bàsiques i capacitats decidides per afrontar els riscos causats pels canvis en l'entorn que afecten l'empresa i els processos d'innovació. L'estudiant definirà el marc estratègic del seu projecte emprenedor.</p>
2.- Competències	
<p><b>2.1.- Competències bàsiques</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CB1.- Posseir i comprendre coneixements que proporcionin una base o oportunitat per ser originals en el desenvolupament i/o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca</li> <li>• CB2.- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts en contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi</li> <li>• CB3.- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de fer judicis basats en informació incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CB4.- Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions i els últims coneixements i raons que els sustenten a audiències especialitzades i no especialitzades d'una manera clara i inequívoca</li> </ul>
<b>2.2.- Competències transversals</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CT2.- Liderar un equip i treballar equips multidisciplinaris, participar activament en tasques i negociar davant d'opinions discrepades fins que s'assoleixin posicions de consens</li> <li>• CT3.- Reconèixer la diversitat de punts de vista, entendre la multiculturalitat i poder donar a conèixer les opinions en compliment d'opinions divergents</li> <li>• CT4. Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats de gènere per dissenyar solucions</li> </ul>
<b>2.3.- Competències específiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CE2.- Aplicar eines de planificació i control per a projectes emprenedors de caràcter local o internacional i en entorns reals i virtuals</li> <li>• CE4.- Dissenyar i implementar amb èxit projectes i plans de gestió d'R+D i innovació a nivell empresarial</li> <li>• CE7.- Saber aplicar i adaptar la tecnologia per a la creació de projectes emprenedors.</li> <li>• CE9.- Integrar un projecte innovador en una o diverses parts o processos d'una organització existent per millorar la seva competitivitat</li> </ul>
<b>3.- Metodologia de treball</b>	
<b>Sessions teòriques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Classe magistral:</b> Sessions de classe d'exposició basades en l'explicació del professor en què assisteixen tots els alumnes matriculats en l'assignatura</li> <li>• <b>Presentacions:</b> Formats multimèdia que admeten classes presencials</li> </ul>

<b>Aprenentatge orientat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seminaris:</b> Format presencial en grups de treball reduïts. Es tracta de sessions vinculades a les sessions presencials de l'assignatura que permeten oferir una perspectiva pràctica de l'assignatura i en què la participació dels estudiants és clau</li> <li>• <b>Casos d'estudi:</b> Dinàmica que parteix de l'estudi d'un cas que serveixi per contextualitzar l'alumne en una situació particular, el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus alumnes</li> </ul>
<b>Aprenentatge autònim</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Investigació i lectura crítica d'articles:</b> Els estudiants parteixen d'una hipòtesi de treball que desenvoluparan, seguint les fases de la metodologia de recerca, entre les quals la lectura crítica d'articles.</li> <li>• <b>Tutoria no presencial:</b> per a la qual l'estudiant disposarà de recursos telemàtics com el correu electrònic i els recursos intranet d'ESCSET</li> </ul>
<b>4.- Avaluació de l'assignatura</b>	
<b>Sistema d'avaluació:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>SE1. Examen - 60%</li> <li>SE2. Participació en les activitats plantejades dins de l'aula - 20%</li> <li>SE3. Seminari - 20%</li> </ul>	
<b>5.- Continguts de l'assignatura</b>	
<b>1. Model de negoci vs Idea de negoci</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. D'una idea a una idea de negoci</li> <li>1.2. D'una idea de negoci a un model de negoci</li> <li>1.3. Preus</li> <li>1.4. Estratègies de preus</li> <li>1.5. Esquema de model de negocis</li> </ul>	

## **2. Proposta de valor**

- 2.1. Concepte de valor
- 2.2. Cercle daurat (per què, com, què)
- 2.3. proposta de valor
- 2.4. Mapa de posicionament i posicionament estratègic
- 2.5. mapa de valors.

## **3. Proposta de valor, model de negoci i teoria de jocs (GT)**

- 3.1. Concepte bàsic de GT per a empreses
- 3.2. Utilitzeu GT per configurar la vostra estratègia inicial
- 3.3. GT i proposta de valor
- 3.4. GT i model de negoci
- 3.5. Aplicacions pràctiques

## **4. Aproximació al mercat**

- 4.1. Dimensionament del mercat: TAM, SAM, SOM
- 4.2. persona del comprador
- 4.3. Anàlisi de la competència i matriu de la competència
- 4.4. Estratègia de comercialització (enfocament inicial)

## **5. Recull de dades i anàlisi de dades bàsiques**

- 5.1 Mètodes per recopilar dades
- 5.2 Investigació qualitativa
- 5.3 Enfocament quantitatiu
- 5.4 Reportar dades de manera efectiva

## **6. Eines pràctiques per dimensionar un mercat i analitzar la competència**

- 6.1. Exercicis pràctics per a la definició i segmentació del mercat.
- 6.2. Estudis de mercat per definir i segmentar el mercat.

## 6.- Recursos didàctics

### **Bibliografia bàsica:**

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

CLARK, Tim. (2012): "Tu modelo de negocio" (2a Edició). Deusto (Grupo Planeta).

OSTERWALDER, Alexander i PIGNEUR, Yves. (2011): "Generación de modelos de negocio" (3a Edició). Deusto (Grupo Planeta).

Hampel, C., Perkmann, M., & Phillips, N. (2020). Beyond the lean start-up: experimentation in corporate entrepreneurship and innovation. *Innovation*, 22(1), 1-11.

Dixit, A. K., & Nalebuff, B. (2008). *The art of strategy: a game theorist's guide to success in business & life*. WW Norton & Company.

McDonald, M., & Dunbar, I. (2012). *Market segmentation: How to do it and how to profit from it*, revised 4th edition.

### **Bibliografia complementària**

Johnson, Steven (2010). *Where Good Ideas Come From. The Natural history of Innovation*. Riverhead Books. Nueva York.

Grover, V., Chiang, R. H., Liang, T. P., & Zhang, D. (2018). Creating strategic business value from big data analytics: A research framework. *Journal of Management Information Systems*, 35(2), 388-423.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadakos, T. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Deusto.

## 8002 - Gestión Emprendedora

Tipo de asignatura	
<p><b>Titulación:</b> Máster Universitario en Emprendimiento e Innovación  <b>Curso:</b> Primero  <b>Trimestre:</b> Primero  <b>Créditos ECTS:</b> 4  <b>Coordinador Asignatura:</b> Dr. Giovanni Giusti  <b>Profesorado Teoría y Seminarios:</b> Dr. Giovanni Giusti, Dr. Roberto Dopeso, Dra. Alexandra Masó, Ricard Bonastre y Leonardo Giménez  <b>Idioma de impartición:</b> inglés / castellano</p>	
1.- Objetivos	
<p><b>Objetivos de aprendizaje generales de la asignatura</b></p>	<p>El objetivo de esta asignatura es aportar a los alumnos una visión de la definición estratégica de un proyecto empresarial.</p> <p>El estudiante adquirirá competencias básicas y capacidades resolutorias para afrontar riesgos provocados por cambios en el entorno que afectan a la empresa y a los procesos de innovación. El estudiante definirá el marco estratégico de su proyecto emprendedor.</p>
2.- Competencias	
<p><b>2.1.- Competencias básicas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• CB3.- 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</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>
<b>2.2.- Competencias transversales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CT2.- Liderar un equipo y trabajar equipos multidisciplinares, participando activamente en las tareas y negociando ante opiniones discrepantes hasta llegar a posiciones de consenso</li> <li>• 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</li> <li>• CT4. Desarrollar la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género para diseñar soluciones</li> </ul>
<b>2.3.- Competencias específicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CE2.- Aplicar herramientas de planificación y control de proyectos emprendedores de carácter local o internacional y en entornos reales y virtuales</li> <li>• CE4.- Diseñar e implantar con éxito proyectos y planes de gestión de la I+D y la innovación a nivel empresarial</li> <li>• CE7.- Saber aplicar y adaptar la tecnología para la creación de proyectos emprendedores.</li> <li>• CE9.- Integrar un proyecto innovador en una o varias partes o procesos de una organización existente para mejorar su competitividad</li> </ul>
<b>3.- Metodología de trabajo</b>	
<b>Sesiones teóricas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Clase magistral:</b> Sesiones de clase expositivas basadas en la explicación del profesor en la que asisten todos los estudiantes matriculados en la asignatura</li> <li>• <b>Presentaciones:</b> Formatos multimedia que sirven de apoyo a las clases presenciales</li> </ul>

<b>Aprendizaje dirigido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seminarios:</b> 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 estudiante es clave</li> <li>• <b>Estudio de casos:</b> 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</li> </ul>
<b>Aprendizaje autónomo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Investigación y lectura crítica de artículos:</b> Los estudiantes parten de una hipótesis de trabajo que van a desarrollar, siguiendo las fases de la metodología de investigación, entre las cuales la lectura crítica de artículos.</li> <li>• <b>Tutorías no presenciales:</b> para las que el alumno dispondrá de recursos telemáticos como el correo electrónico y los recursos de la intranet de la ESCSET</li> </ul>
<b>4.- Evaluación de la asignatura</b>	
<b>Sistema de evaluación:</b> <p>SE1. Examen - 60%</p> <p>SE2. Participación en las actividades planteadas dentro del aula - 20%</p> <p>SE3. Seminarios - 20%</p>	
<b>5.- Contenidos de la asignatura</b>	
<b>1. Modelo de negocio vs Idea de negocio</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. De una idea a una idea de negocio</li> <li>1.2. De una idea de negocio a un modelo de negocio</li> <li>1.3. Precios</li> <li>1.4. Estrategias de precios</li> <li>1.5. Esquema de modelo de negocios</li> </ol>	



## **2. Propuesta de valor**

- 2.1. Concepto de valor
- 2.2. Círculo dorado (por qué, cómo, qué)
- 2.3. propuesta de valor
- 2.4. Mapa de posicionamiento y posicionamiento estratégico
- 2.5. mapa de valores.

## **3. Propuesta de valor, modelo de negocio y teoría de juegos (GT)**

- 3.1. Concepto básico de GT para empresas
- 3.2. Usar GT para configurar su estrategia inicial
- 3.3. GT y propuesta de valor
- 3.4. GT y modelo de negocio
- 3.5. Aplicaciones prácticas

## **4. Aproximación al mercado**

- 4.1. Dimensionamiento del mercado: TAM, SAM, SOM
- 4.2. persona del comprador
- 4.3. Análisis de la competencia y matriz de la competencia
- 4.4. Estrategia de comercialización (enfoque inicial)

## **5. Recopilación de datos y análisis de datos básicos**

- 5.1 Métodos para recopilar datos
- 5.2 Investigación cualitativa
- 5.3 Enfoque cuantitativo
- 5.4 Reportar datos de manera efectiva

## **6. Herramientas prácticas para dimensionar un mercado y analizar la competencia**

- 6.1. Ejercicios prácticos para la definición y segmentación del mercado.
- 6.2. Estudios de mercado para definir y segmentar el mercado.

## 6.- Recursos didácticos

### **Bibliografía básica:**

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

CLARK, Tim. (2012): "Tu modelo de negocio" (2a Edición). Deusto (Grupo Planeta).

OSTERWALDER, Alexander i PIGNEUR, Yves. (2011): "Generación de modelos de negocio" (3a Edición). Deusto (Grupo Planeta).

Hampel, C., Perkmann, M., & Phillips, N. (2020). Beyond the lean start-up: experimentation in corporate entrepreneurship and innovation. *Innovation*, 22(1), 1-11.

Dixit, A. K., & Nalebuff, B. (2008). *The art of strategy: a game theorist's guide to success in business & life*. WW Norton & Company.

McDonald, M., & Dunbar, I. (2012). *Market segmentation: How to do it and how to profit from it*, revised 4th edition.

### **Bibliografía complementaria**

Johnson, Steven (2010). *Where Good Ideas Come From. The Natural history of Innovation*. Riverhead Books. Nueva York.

Grover, V., Chiang, R. H., Liang, T. P., & Zhang, D. (2018). Creating strategic business value from big data analytics: A research framework. *Journal of Management Information Systems*, 35(2), 388-423.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadakos, T. (2015). *Disseñando la propuesta de valor*. Deusto.

## 8002 - Entrepreneurial Management

General Information	
<p><b>Degree:</b> University Master's Degree in Entrepreneurship and Innovation  <b>Course:</b> First  <b>Quarter:</b> First  <b>ECTS credits:</b> 4  <b>Course Coordinator:</b> Giovanni Giusti, Ph.D.  <b>Teaching theory and workshops:</b> Giovanni Giusti, Ph.D., Roberto Dopeso, Ph.D., Alexandra Masó, Ph.D., Ricard Bonastre and Leonardo Giménez  <b>Teaching language:</b> English / Spanish</p>	
1.- Objectives	
<p><b>General objectives</b></p>	<p>The objective of this subject is to provide students with a vision of the strategic definition of a business project. The student will acquire basic competences and resolute capacities to face risks caused by changes in the environment that affect the company and the processes of innovation. The student will define the strategic framework of his entrepreneurial project.</p>
2.- Competences	
<p><b>2.1.- Basic competences</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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</li> <li>• CB3.- That students are able to integrate knowledge and face the complexity of formulating judgments based on information that, being incomplete or limited, includes reflections on the social and ethical responsibilities linked to the application of their knowledge and judgments</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>
<b>2.2.- Transversal competences</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CT2.- Lead a team and work multidisciplinary teams, actively participating in the tasks and negotiating before dissenting opinions until reaching consensus positions</li> <li>• CT3.- Recognize the diversity of points of view, understand multiculturalism and be able to make their own opinions known in respect to divergent opinions</li> <li>• CT4. Develop the ability to assess gender inequalities to design solutions</li> </ul>
<b>2.3.- Specific competences</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CE2.- Apply planning and control tools for entrepreneurial projects of local or international character and in real and virtual environments</li> <li>• CE4.- Design and successfully implement projects and management plans for R&amp;D and innovation at the business level</li> <li>• CE7.- Know how to apply and adapt technology for the creation of entrepreneurial projects.</li> <li>• CE9.- Integrate an innovative project in one or several parts or processes of an existing organization to improve its competitiveness</li> </ul>
<b>3.- Methodology</b>	
<b>Theoretical sessions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Master class:</b> Expository class sessions based on the teacher's explanation in which all students enrolled in the subject attend</li> <li>• <b>Presentations:</b> Multimedia formats that support classroom classes</li> </ul>

<b>Directed learning</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seminars:</b> 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</li> <li>• <b>Case study:</b> 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</li> </ul>
<b>Autonomous learning</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Research and critical reading of articles:</b> Students start from a working hypothesis that they will develop, following the phases of the research methodology, among which the critical reading of articles</li> <li>• <b>Tutoring:</b> for which the student will have telematic resources such as email and the intranet resources of Tecnocampus</li> </ul>
<b>4.- Overall assessment of the subject</b>	
<b>Evaluation system:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ES1. Exam - 60%</li> <li>ES2. Participation in the activities raised within the classroom - 20%</li> <li>ES3. Workshop's assignments - 20%</li> </ul>	
<b>5.- Contents</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Value proposition, Business model and Game Theory (GT)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Basic concept of GT for business</li> <li>1.2. Using GT to set up your initial strategy</li> <li>1.3. GT and Value proposition</li> <li>1.4. GT and Business model</li> <li>1.5. Practical applications</li> </ol> </li> </ol>	

## **2. Business model vs Business Idea**

- 2.1. From an idea to a business idea
- 2.2. From a business idea to a business model
- 2.3. Pricing
- 2.4. Pricing strategies
- 2.5. Business Model Canvas

## **3. Value proposition**

- 3.1. Value concept
- 3.2. Golden Circle (Why, How, what)
- 3.3. Value proposal
- 3.4. Strategic positioning and positioning map
- 3.5. Value map.

## **4. Market approximation**

- 4.1. Market sizing: TAM, SAM, SOM
- 4.2. Buyer persona
- 4.3. Competitor's analysis and competitor's matrix
- 4.4. Go-to-market strategy (initial approach)

## **5. Data gathering and basic data analysis**

- 5.1 Methods to gather data
- 5.2 Qualitative research
- 5.3 Quantitative approach
- 5.4 Reporting data effectively

## **6. Practical Tools for sizing a market and analyzing competition**

- 6.1. Practical exercises for the definition and segmentation of the market.
- 6.2. Market research to define and segment the market

## 6.- Didactic Resources

### References:

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

CLARK, Tim. (2012). "Tu modelo de negocio" (2nd Edition). Deusto (Grupo Planeta).

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons, 2010.

Hampel, C., Perkmann, M., & Phillips, N. (2020). Beyond the lean start-up: experimentation in corporate entrepreneurship and innovation. *Innovation*, 22(1), 1-11.

Dixit, A. K., & Nalebuff, B. (2008). *The art of strategy: a game theorist's guide to success in business & life*. WW Norton & Company.

McDonald, M., & Dunbar, I. (2012). *Market segmentation: How to do it and how to profit from it*, revised 4th edition.

### Further Reading:

Johnson, Steven (2010). *Where Good Ideas Come From. The Natural history of Innovation*. Riverhead Books. Nueva York.

Grover, V., Chiang, R. H., Liang, T. P., & Zhang, D. (2018). Creating strategic business value from big data analytics: A research framework. *Journal of Management Information Systems*, 35(2), 388-423.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, T. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Deusto.