

8011 - Treball Final de Màster (TFM)

Tipus d'assignatura	
<p>Titulació: Màster Universitari en Emprenedoria i Innovació Curs: Primer Trimestre: Anual Crèdits ECTS: 15 Coordinador de l'assignatura : Dr. Giovanni Giusti Professorat de teoria i seminaris: Dr. Giovanni Giusti, Dra. Dolors Celma, Dr. Roberto Dopeso, Dr. Francesc Ribas i Leonardo Giménez Idioma d'impartició: Anglès / Castellà</p>	
1.- Objectius	
<p>Objectius generals d'aprenentatge de l'assignatura</p>	<p>Dissenyar el pla de negoci i la viabilitat d'un projecte empresarial innovador a través de l'aplicació i desenvolupament de la recerca empírica: aproximació al problema, recerca d'informació, anàlisi dels resultats i presentació i defensa del projecte de recerca.</p>
2.- Competències	
<p>2.1.- Competències bàsiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 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 • 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • CB5 - Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin seguir estudiant d'una manera que serà en gran part autodirigida o autònoma. • CG1.- Tenir un raonament autònom amb distància crítica en temes o qüestions empresarials i aplicació d'idees innovadores • CG2.- Aplicar eines i metodologies que facilitin el pensament creatiu i innovador en situacions quotidianes vinculades a l'entorn empresarial • CG3- Analitzar entorns empresarials, locals i globals, per detectar noves oportunitats de mercat que es poden transformar en productes comercials • CG4- Gestionar estratègicament els processos d'innovació empresarial des del diagnòstic fins a l'aplicació podent alinear recursos, capacitats i habilitats per implementar-los
2.2.- Competències transversals	<ul style="list-style-type: none"> • CT1.- Comunicar en anglès idees i projectes empresarials de manera efectiva, clara, aplicant capacitat de síntesi • 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 • CT3.- Reconèixer la diversitat de punts de vista, entendre la multiculturalitat i poder donar a conèixer les opinions en compliment d'opinions divergents • TC4. Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats de gènere per dissenyar solucions

2.3.- Competències específiques

- CE1.- Planificar i gestionar esdeveniments, seminaris i congressos relacionats amb temes innovadors d'emprenedoria i creació d'empreses
- CE2.- Aplicar eines de planificació i control per a projectes emprenedors de caràcter local o internacional i en entorns reals i virtuals
- CE3.- Aplicar intel·ligència competitiva per detectar signes de canvi, analitzar tendències, reaccions i estratègies dels competidors actuals i/o potencials.
- CE4.- Dissenyar i implementar amb èxit projectes i plans de gestió d'R+D i innovació a nivell empresarial
- CE5.- Saber reconèixer i utilitzar tots els recursos financers disponibles a disposició dels emprenedors
- CE6.- Utilitzar sistemes avançats d'informació financera per donar suport a la presa de decisions empresarials
- CE7.- Saber aplicar i adaptar la tecnologia per a la creació de projectes emprenedors.
- CE8.- Promoure el capital relacional mitjançant la creació de xarxes socials i la incorporació de les existents per tal d'aprofitar al màxim en el desenvolupament i aplicació de la seva idea de negoci
- CE9.- Integrar un projecte innovador en una o diverses parts o processos d'una organització existent per millorar la seva competitivitat
- CE10.- Dissenyar processos operatius innovadors que fan més eficients els processos actuals de les empreses
- CE11.-Aplicar metodologies científiques per dissenyar models de negoci innovadors
- CE12- Desenvolupar un Pla de Negoci amb components innovadors tant per a start-ups com per a start-ups.

3.- Metodologia de treball

- **Interacció / Iteració:** Assoliment d'un aprenentatge a través d'una proposta de treball autònom, amb supervisió per part del professor (tutors) durant un període determinat.
- **Tutoria:** Assistència a les reunions amb tutors per al seguiment i recomanació sobre els continguts, fonts i aspectes de la recerca.
- **Validació:** Realitzar presentacions orals davant d'un jurat amb l'ajuda de suports electrònics
- **TIC:** Ús de bases de dades, recursos informàtics i audiovisuals de la biblioteca

4.- Avaluació de l'assignatura

Sistema d'avaluació:

- SE1. Pista de Seguiment (1a) - 10%
- SE2. Pista de Seguiment (2a) - 10%
- SE3. Pista Final - 20%
- SE4. Activitats individuals - 20%
- SE5. Memòria Final (Pla d'Empresa) - 40%

5.- Continguts de l'assignatura

Primer Trimestre	Producte/Servei	Explicar el producte/servei en resum
	Mercat	Definició i dimensionament del mercat. Aquest element inclou: <ul style="list-style-type: none"> a) Dimensionament quantitatiu: mida del mercat. En aquest punt, les fonts de dades consultades s'han d'incloure b) Dimensionament qualitatiu: segmentació del mercat objectiu i característiques.
	ID de client	Identificació del client objectiu i les seves principals característiques.
	Proposta de valor	En aquest punt s'identificarà el problema/necessitat que resolgui/cobreixi la proposta de valor presentada. Això també hauria d'incloure l'anàlisi de la competència i els avantatges competitiu de la proposta.

Segon Trimestre	Model d'ingressos	<p>Establir un primer model d'ingressos de la proposta.</p> <p>El model d'ingressos ha d'incloure:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un exemple d'ingressos unitaris 2. Identificació de les palanques de creixement del negoci.
	Pla de Màrqueting	<p>Explicació sobre el pla de màrqueting de producte/servei presentat. Aquest pla ha d'incloure:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Definició del producte/servei b) Estratègia de preus c) Barreja de canals <p>En el cas de TFM - App és obligatori identificar l'estratègia de màrqueting en línia establerta (canals, costos d'adquisició, ràtios de conversió...) de forma real. És obligatori detallar el cost de Marketing Plan.</p>
	Pla de Vendes	<p>Explicació sobre el model de vendes a executar.</p> <p>En aquest punt és obligatori detallar:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Estructura de l'equip comercial b) Cost comercial c) Projecció temporal de vendes
	Pla d'Operacions	<p>Identificar clarament els processos bàsics del projecte. Processos de micro i macros</p>
Tercer Trimestre	Pla Financer i Projecció d'Ingressos	<p>El pla financer ha d'incloure:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Ingressos i costos b) Resultats i guanys c) Pla d'inversió d) Projecció de fluxos d'efectiu e) Anàlisi de ràtios economicofinanceres (viabilitat) f) Necessitat de capital g) Identificació de palanques de creixement.
	Pla de de llançament	<p>Explicació detallada de les accions del pla de llançament del projecte durant els primers sis mesos.</p>

6.- Recursos didàctics

Bibliografia bàsica:

Abrams, R. M. and Kleiner. E. (2010). The successful business plan: secrets & strategies. The Planning Shop.

Weill, P., & Woerner, S. (2018). What's your digital business model?: six questions to help you build the next-generation enterprise. Harvard Business Press.

IRÍZAR I.(2012) El plan de negocio en la práctica. Netbiblo

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

Dees, J. G., Emerson, J., & Economy, P. (2002). Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs (Vol. 186). John Wiley & Sons.

Wirtz, B. W. (2019). Digital business models. Springer International Publishing.

Bibliografia complementaria:

Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: a persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52(1), 199-214.

Brunet-Thornton, R., & Martinez, F. (Eds.). (2018). Analyzing the impacts of industry 4.0 in modern business environments. IGI Global.

Lee, M., & Huang, L. (2018). Gender bias, social impact framing, and evaluation of entrepreneurial ventures. *Organization Science*, 29(1), 1-16.

Kim, Y. C. (2018). Alibaba: Jack Ma's unique growth strategy and the future of its global development in the Chinese digital business industry. In *The digitization of business in China* (pp. 219-247). Palgrave Macmillan, Cham.

8011 - Trabajo Final de Máster (TFM)

Tipo de asignatura	
<p>Titulación: Máster Universitario en Emprendimiento e Innovación</p> <p>Curso: Primero</p> <p>Trimestre: Anual</p> <p>Créditos ECTS: 15</p> <p>Coordinador Asignatura: Dr. Giovanni Giusti</p> <p>Profesorado Teoría y Seminarios: Dr. Giovanni Giusti, Dra. Dolors Celma, Dr. Roberto Dopeso, Dr. Francesc Ribas y Leonardo Giménez</p> <p>Idioma de impartición: inglés / castellano</p>	
1.- Objetivos	
<p>Objetivos de aprendizaje generales de la asignatura</p>	<p>Diseñar el plan de negocio y viabilidad de un proyecto empresarial innovador a través de la aplicación y desarrollo de una investigación empírica: planteamiento del problema, búsqueda de información, análisis de los resultados y presentación y defensa del proyecto de investigación.</p>
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 • 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • CB5 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. • CG1.- Tener razonamiento autónomo con distancia crítica en temas o cuestiones de negocio y aplicación de ideas innovadoras • CG2.- Aplicar herramientas y metodologías que facilitan el pensamiento creativo e innovador en las situaciones cotidianas ligadas en el entorno de los negocios • CG3- Analizar los entornos de negocio, locales y globales, con el fin de detectar nuevas oportunidades de mercado susceptibles de ser transformadas en productos comerciales • CG4- Gestionar estratégicamente los procesos de innovación empresarial desde el diagnóstico hasta su aplicación siendo capaz de alinear recursos, capacidades y habilidades para ponerlos en práctica
2.2.- Competencias transversales	<ul style="list-style-type: none"> • CT1.- Comunicar en inglés las ideas y proyectos de negocio de manera efectiva, clara, aplicando capacidad de síntesis • 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

2.3.- Competencias específicas

- CE1.- Planificar y gestionar eventos, seminarios y congresos relacionados con temas de emprendimiento y creación de negocios innovadores
- CE2.- Aplicar herramientas de planificación y control de proyectos emprendedores de carácter local o internacional y en entornos reales y virtuales
- CE3.- Aplicar la inteligencia competitiva para detectar señales de cambio, analizar tendencias, reacciones y estrategias de competidores actuales y/o potenciales.
- CE4.- Diseñar e implantar con éxito proyectos y planes de gestión de la I+D y la innovación a nivel empresarial
- CE5.- Saber reconocer y utilizar todos los recursos financieros disponibles al alcance de los emprendedores
- CE6.- Utilizar sistemas de información financiera avanzados de apoyo a la toma de decisiones empresariales
- 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
- CE9.- Integrar un proyecto innovador en una o varias partes o procesos de una organización existente para mejorar su competitividad
- CE10.- Diseñar procesos operativos innovadores que permitan hacer más eficientes los procesos actuales de las empresas
- CE11.-Aplicar metodologías de naturaleza científica para diseñar modelos de negocio innovadores
- CE12- Elaborar un Plan de Negocio con componentes innovadores tanto para empresas nuevas como para empresas en marcha.

3.- Metodología de trabajo

- **Interacción / Iteración:** Consecución de un aprendizaje mediante una propuesta de trabajo autónomo, con una supervisión por parte del profesor (tutores) a lo largo de un periodo determinado.
- **Tutorización:** Asistencia a las reuniones con los tutores para el seguimiento y recomendación sobre los contenidos, fuentes y aspectos propios de la investigación.
- **Validación:** Realizar exposiciones orales delante de un tribunal con ayuda de soportes electrónicos
- **TIC:** Uso de bases de datos, recursos informáticos y audiovisuales de la biblioteca

4.- Evaluación de la asignatura

Sistema de evaluación:

- SE1. Tribunal de Seguimiento (1º) - 10%
- SE2. Tribunal de Seguimiento (2º) - 10%
- SE3. Tribunal Final - 20%
- SE4. Actividades individuales - 20%
- SE5. Memoria Final (Business Plan) - 40%

5.- Contenidos de la asignatura

Primer Trimestre	Producto / Servicio	Explicar de forma resumida el producto/servicio
	Mercado	Definición y dimensionamiento del mercado. Este punto incluye: <ul style="list-style-type: none"> a) Dimensionamiento cuantitativo: tamaño del mercado. En este punto deben incluirse las fuentes de datos consultadas b) Dimensionamiento cualitativo: segmentación del mercado objetivo y características.
	Identificación del cliente	Identificación del cliente target y de sus características principales.
	Propuesta de valor	En este punto se identificará el problema / necesidad que resuelve/cubre la propuesta de valor presentada. Así mismo, en este punto debe incluirse el análisis de la competencia y de las ventajas competitiva de la propuesta.

Segundo Trimestre	Modelo de ingresos	<p>Establecer un primer modelo de ingresos de la propuesta.</p> <p>El modelo de ingresos debe incluir:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un ejemplo de ingreso unitario 2. La identificación de las palancas de crecimiento del negocio.
	Plan de Marketing	<p>Explicación sobre el plan de marketing del producto/servicio presentado. Este plan debe incluir:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Definición del Producto/Servicio b) Estrategia de precio c) Mix de canales <p>En el caso de TFM - App es obligatorio identificar la estrategia de marketing online establecida (canales, costes de captación, ratios de conversión...) sobre una base real. Es obligatorio detallar el coste del Plan de Marketing.</p>
	Plan de Ventas	<p>Explicación sobre el modelo de ventas a ejecutar. En este punto es obligatorio detallar:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Estructura del equipo de ventas b) Coste comercial c) Proyección temporal de las ventas
	Plan de Operaciones	<p>Identificar claramente los procesos básicos del proyecto. Micro y macro procesos</p>
Tercer Trimestre	Plan Financiero y Proyección de Ingresos	<p>El plan financiero debe incluir:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Ingresos y costos b) Ganancias y Pérdidas c) Plan de inversión d) Proyección de flujo de caja e) Análisis de ratios económico-financieros (viabilidad) f) Necesidad de capital g) Identificación de palancas de crecimiento.
	Plan de lanzamiento	<p>Explicación detallada de las acciones del plan de lanzamiento del proyecto durante los primeros seis meses.</p>

6.- Recursos didácticos

Bibliografía básica:

Abrams, R. M. and Kleiner. E. (2010). The successful business plan: secrets & strategies. The Planning Shop.

Weill, P., & Woerner, S. (2018). What's your digital business model?: six questions to help you build the next-generation enterprise. Harvard Business Press.

IRÍZAR I.(2012) El plan de negocio en la práctica. Netbiblo

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

Dees, J. G., Emerson, J., & Economy, P. (2002). Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs (Vol. 186). John Wiley & Sons.

Wirtz, B. W. (2019). Digital business models. Springer International Publishing.

Bibliografía complementaria:

Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: a persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52(1), 199-214.

Brunet-Thornton, R., & Martinez, F. (Eds.). (2018). Analyzing the impacts of industry 4.0 in modern business environments. IGI Global.

Lee, M., & Huang, L. (2018). Gender bias, social impact framing, and evaluation of entrepreneurial ventures. *Organization Science*, 29(1), 1-16.

Kim, Y. C. (2018). Alibaba: Jack Ma's unique growth strategy and the future of its global development in the Chinese digital business industry. In *The digitization of business in China* (pp. 219-247). Palgrave Macmillan, Cham.

8011 - Final Master Thesis (FMT)

General Information	
<p>Degree: University Master's Degree in Entrepreneurship and Innovation Course: First Quarter: Annual ECTS credits: 15 Course Coordinator: Giovanni Giusti, Ph.D. Teaching Theory: Giovanni Giusti, Ph.D, Dolors Celma, Ph.D., Roberto Dopeso, Ph.D, Francesc Ribas, Ph.D., and Leonardo Giménez Teaching language: English / Spanish</p>	
1.- Objectives	
General objectives	<p>Design the business plan and feasibility of an innovative business project through the application and development of empirical research: problem statement, search for information, analysis of results and presentation and defense of the research project.</p>
2.- Competences	
2.1.- Basic competences	<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 • 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • CB5 - That students have the learning skills that allow them to continue studying in a way that will be largely self-directed or autonomous. • CG1.- Have autonomous reasoning with critical distance on business topics or issues and application of innovative ideas • CG2.- Apply tools and methodologies that facilitate creative and innovative thinking in everyday situations related to the business environment • CG3- Analyze business environments, local and global, in order to detect new market opportunities that can be transformed into commercial products • CG4- Strategically manage business innovation processes from diagnosis to application being able to align resources, capabilities and skills to implement them
2.2.- Transversal competences	<ul style="list-style-type: none"> • CT1.- Communicate in English business ideas and projects in an effective, clear way, applying synthesis capacity • 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 their own opinions known in respect to divergent opinions • CT4. Develop the ability to assess gender inequalities to design solutions

2.3.- Specific competences

- CE1.- Plan and manage events, seminars and congresses related to entrepreneurship and innovative business creation.
- CE2.- Apply tools for planning and control of entrepreneurial projects of a local or international nature and in real and virtual environments
- CE3.- Apply competitive intelligence to detect signs of change, analyze trends, reactions and strategies of current and / or potential competitors.
- CE4.- Successfully design and implement projects and management plans for R&D and innovation at the business level
- CE5.- Know how to recognize and use all the financial resources available to entrepreneurs
- CE6.- Use advanced financial information systems to support business decision making
- CE7.- Know how to apply and adapt technology for the creation of entrepreneurial projects.
- CE8.- Promote relational capital by creating social networks and incorporating existing ones in order to get the most out of them in the development and application of your business idea
- CE9.- Integrate an innovative project in one or more parts or processes of an existing organization to improve its competitiveness
- CE10.- Design innovative operational processes that allow to make more efficient the current processes of the companies
- CE11.-Apply methodologies of a scientific nature to design innovative business models
- CE12- Develop a Business Plan with innovative components for both new and existing companies.

3.- Methodology

- **Interaction / Iteration:** Achievement of an apprenticeship through a proposal of autonomous work, with supervision by the teacher (tutors) throughout a certain period.
- **Tutoring:** Attendance to the meetings with tutors for monitoring and recommending the content, sources and aspects of the research.
- **Validation:** Make oral presentations in front of a court with the help of electronic support
- **ICT:** Use of data bases, digital and audiovisual resources of the library

4.- Overall assessment of the subject

Evaluation system:

- ES1. 1st Evaluation Committee - 10%
- ES2. 2nd Evaluation Committee - 10%
- ES3. Final Evaluation Committee - 20%
- ES4. Individual Activities - 20%
- ES5. Business Plan - 40%

5.- Contents

First Quarter	Product / Service	Summarize the product / service
	Market	Definition and sizing of the market. This item includes: <ul style="list-style-type: none"> a) Quantitative sizing: market size. This point should include the data sources consulted. b) Qualitative sizing: target market segmentation and features.
	Client Identification	Identification of the target customer and its main characteristics.
	Value proposal	This item will identify the problem/need that solves/covers the value proposition submitted. Likewise, this point should include the analysis of the competition and competitive advantages of the proposal.

Second Quarter	Revenue Model	<p>Establish a first revenue model of the proposal.</p> <p>The revenue model should include:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. An example of unit revenue 2. Identification of the business growth levers.
	Marketing Plan	<p>Explanation of the marketing plan of the product/service presented. This plan should include:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Product Definition/Service b) Price strategy c) Channel Mix strategy <p>In the case of App projects, it is mandatory to clearly identify the proposed online marketing strategy (channels, acquisition costs, conversion ratios, ...) on a real basis.</p> <p>It is mandatory to explain detail the Marketing Plan costs.</p>
	Sales Plan	<p>Explanation of the sales model to rollout. At this point it is mandatory to explain:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Sales team structure b) Sales cost c) Temporary sales projection
	Operations Plan	<p>Clearly identifying the basic processes of the new project</p> <p>Macro and micro processes</p>
Third Quarter	Financial and Growth Plan	<p>Financial Plan must include:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Revenue and Costs b) Profit & Loss Statement c) Investment Plan d) Cash flow Projection e) Analysis of economic-financial ratios (viability) f) Need for capital g) Identification of growth levers
	Launching Plan	Detailed 6-month Action Plan

6.- Didactic Resources

References:

Abrams, R. M. and Kleiner. E. (2010). The successful business plan: secrets & strategies. The Planning Shop.

Weill, P., & Woerner, S. (2018). What's your digital business model?: six questions to help you build the next-generation enterprise. Harvard Business Press.

IRÍZAR I.(2012) El plan de negocio en la práctica. Netbiblo

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

Dees, J. G., Emerson, J., & Economy, P. (2002). Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs (Vol. 186). John Wiley & Sons.

Wirtz, B. W. (2019). Digital business models. Springer International Publishing.

Further Reading:

Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: a persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52(1), 199-214.

Brunet-Thornton, R., & Martinez, F. (Eds.). (2018). Analyzing the impacts of industry 4.0 in modern business environments. IGI Global.

Lee, M., & Huang, L. (2018). Gender bias, social impact framing, and evaluation of entrepreneurial ventures. *Organization Science*, 29(1), 1-16.

Kim, Y. C. (2018). Alibaba: Jack Ma's unique growth strategy and the future of its global development in the Chinese digital business industry. In *The digitization of business in China* (pp. 219-247). Palgrave Macmillan, Cham.