

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	36510
Nombre	Creación de Empresas Digitales
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	Facultad de Economía	3	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	10 - Creación de Empresas Digitales	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
GONZALEZ CRUZ, TOMAS	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'

RESUMEN

En entornos cada vez más globalizados y competitivos la figura del emprendedor adquiere un papel protagonista en el contexto económico y social de una comunidad. De hecho, los emprendedores son personas que, con capacidad de iniciativa y de forma innovadora, desarrollan actividades que conllevan un riesgo desconocido. En el ámbito específico de la actividad empresarial, emprendedor es la persona que, mediante la innovación, la asunción de riesgos y la detección y explotación de oportunidades, crea una empresa y la dinamiza. Pues bien, con la asignatura "Creación de empresas digitales" se pretende infundir al alumno el espíritu emprendedor y capacitarlo para enfrentarse con mayores posibilidades de éxito al nacimiento y gestión de nuevas empresas.

¿Qué es una Startup Digital? Según Steve Blank y Bob Dorf, "Startup es una organización temporal diseñada para buscar un modelo de negocio repetible y escalable". Podemos añadir que por lo general necesita una o varias rondas de financiación de fondos antes de generar ingresos. Inicialmente son



gestionadas por un puñado de fundadores y financiados por inversionistas. Las startups trabajan para desarrollar, probar y comercializar sus ideas. Una startup se llama digital cuando sus principales activos están vinculados a inversiones tecnológicas.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No requeridos

COMPETENCIAS

1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA

- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Capacidad para planificar, organizar, controlar y evaluar la puesta en marcha de estrategias empresariales.
- Comprender el impacto de las variables económicas, político-legales, socioculturales, tecnológicas y medioambientales sobre la actividad empresarial.
- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Capacidad para utilizar las TIC, tanto en el ámbito de estudio como en el desarrollo profesional.
- Capacidad para definir, resolver y exponer de forma sistémica problemas complejos.
- Capacidad para trabajar en equipo, con el compromiso por la calidad, la ética, la igualdad entre personas y la responsabilidad social.
- Interpretar y analizar adecuadamente los estados financieros de las organizaciones a través del uso de métodos analíticos y cuantitativos.
- Realizar diagnósticos estratégicos en entornos complejos e inciertos, utilizando las metodologías adecuadas.
- Plantear objetivos y diseñar estrategias en empresas digitales, así como valorar las implicaciones y necesidades para su consecución.



- Comprender y valorar las características y utilidad de las distintas estrategias corporativas y competitivas de las empresas digitales.
- Comprender la naturaleza sistémica de la empresa digital.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar nuevas ideas de negocio digitales y evaluar de forma objetiva su viabilidad en el contexto actual
- Saber plantear un plan de empresa digital viable y eficaz, que concrete una idea de negocio en un proyecto empresarial
- Saber identificar las características de los emprendedores y complementar, en su caso, las posibles debilidades en aspectos de gestión
- Identificar los errores típicos cometidos por los emprendedores y las nuevas empresas digitales
- Conocer los factores críticos para el correcto despegue y desempeño de nuevos proyectos empresariales digitales
- Adquirir un buen conocimiento del entorno y mecanismos de apoyo al emprendedor, con especial referencia a los instrumentos promovidos por las instituciones y organismos especializados en startups.
- Conocer la legislación y los procedimientos para la puesta en marcha de un proyecto de empresa digital
- Reconocer la necesidad de incorporar a las nuevas compañías digitales una estrategia
- Conocer las particularidades del management de las digital startup guiada por la innovación y la adaptación a los cambios.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Entrepreneurship

- 1.1. Entrepreneurship
- 1.2. Competencias y habilidades básicas del emprendedor
- 1.3. Corporate Venturing

2. Innovación y startup

- 2.1. Innovación
- 2.2. El proceso creador: de la idea al proyecto
- 2.3. Tipos de Start up



3. Herramientas para formular tu idea, proyecto, negocio

- 3.1. Modelo Canvas
- 3.2. Modelo del desarrollo del cliente
- 3.3. Modelo del lean start-up
- 3.4. Design Thinking
- 3.5. Metodología ágil

4. Plan de Empresa

- 4.1. Resumen ejecutivo
- 4.2. Descripción de la empresa y objetivos
- 4.3. Oportunidad, sector y mercado
- 4.4. Estrategia y ejecución
- 4.5. Equipo y dirección
- 4.6. Plan financiero
- 4.7. Apéndice

5. Financiación y apoyo de nuevos negocios

- 5.1. Herramientas de financiación
- 5.2. Instituciones y medidas de apoyo al emprendimiento
- 5.3. Incubadoras y aceleradoras

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en aula informática	30,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	30,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	60,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología docente a utilizar en la asignatura será de carácter eminentemente aplicado.

Para las sesiones teóricas se recurrirá principalmente a formas didácticas expositivas, en las que se incentivará la participación de los alumnos por medio de preguntas, opiniones y respuestas a cuestiones formuladas por el profesor.



Para las sesiones prácticas se recurrirá a una amplia variedad de formas didácticas participativas como la resolución de casos; role-playing; ejercicios de aplicación de técnicas; presentaciones orales y escritas; debates, presentaciones multimedia,...

Se incentivará al alumno a que busque y filtre información, materiales y documentación procedente de Bases de Datos, con preferencia a las disponibles en la Universitat de Valencia

EVALUACIÓN

Los estudiantes formarán grupos de máximo 3 componentes que trabajarán juntos durante todo el semestre. Cada grupo planteará una idea de negocio, la trabajará para confirmar que es viable. Utilizará todas las herramientas explicadas durante el curso y los cursos anteriores en materias diversas. Definida la idea y el modelo de negocio, prepararán un completo plan de negocio.

Los distintos planes de negocio serán presentados públicamente y evaluados por un tribunal formado por profesores y externos el día del examen.

REFERENCIAS

Básicas

- Castro Albacéns, I. (2016). De la start-up a la empresa. Ed. Pirámide. Madrid.
- March, I. (2010). Innovadores o vencidos: tiempo de emprender en la nueva economía. Universitat de València. Valencia.
- Hisrich, R., Peters, M. & Shepherd, D. (2019). Entrepreneurship, 11th Edition, Mc Graw Hill, NY
- Barringer, B. & Ireland, R. (2017), Entrepreneurship. Successfully launching new ventures, 5th Edition, Pearson, NY

Complementarias

- Blank, S. (2013), The four steps to the Epiphany, 2nd edition
- Osterwalder, A., Pygneur, I. (2009), Business Model generation, self- published
- Ries, E. (2011) The Lean start-up, Crown Publishers