

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Ingeniería Informática
-------------	---------------------------------

Rama de Conocimiento:	Ingeniería y Arquitectura
-----------------------	---------------------------

Facultad/Escuela:	Escuela Politécnica Superior
-------------------	------------------------------

Asignatura:	Emprendimiento e Innovación
-------------	-----------------------------

Tipo:	Optativa
-------	----------

Créditos ECTS:	3
----------------	---

Curso:	4
--------	---

Código:	5659
---------	------

Periodo docente:	Séptimo semestre
------------------	------------------

Materia:	Sistemas de Información
----------	-------------------------

Módulo:	Tecnología Específica
---------	-----------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	75
------------------------------------------	----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Juan Antonio Latasa Vassallo	juanantonio.latasa@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El alumno aprenderá a desarrollar ideas innovadoras que pueden explotarse, de manera sostenible, mediante la creación de empresas sólidas con ventajas competitivas diferenciales y modelos de negocio escalables, particularmente en el sector de la tecnología. Se favorece el contacto directo con la realidad empresarial de manera que la asignatura sea útil para futuro alumno emprendedor.

Se comienza con actividades de ideación, para posteriormente ir identificando sucesivamente mercados,

segmentos y clientes. Se abordan retos de diseño, de propuesta de valor, de modelos de negocio, de rentabilidad e de implantación.

Se utilizara como marco la metodología "Disciplined Entrepreneurship" del Massachusetts Institute of Technology (MIT), para la creación de Startups, que descompone el proceso de creación de una empresa, en 24 pasos sencillos y concisos.

Dirigido a toda aquella persona que tenga una idea innovadora o proyecto emprendedor y quiera hacerlo realidad, o bien, quiera revisar/mejorar su negocio. Se trata de un curso eminentemente práctico y basado en el aprendizaje por proyectos.

OBJETIVO

El objetivo principal de este curso es introducir al estudiante de ingeniería de la UFV en el rico mundo de la innovación y el espíritu empresarial.

El hilo conductor del curso es que el espíritu emprendedor se puede enseñar y las habilidades para tener éxito se pueden aprender. Queremos que nuestros alumnos dominen todas las herramientas y habilidades necesarias para poder abordar la creación de nuevos proyectos emprendedores y animarlos a convertirse ellos mismos en emprendedores en un contexto de mundo digital.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se espera que los estudiantes tengan una comprensión mínima de los principios básicos del mundo empresarial y las herramientas que rigen las finanzas (aunque también se cubrirán en el curso), incluyendo los estados financieros, la cuenta de pérdidas y ganancias y un análisis de flujo de caja. Sería beneficioso también haber tomado algún curso o haber tenido experiencia en Marketing Digital.

CONTENIDOS

Introduction to the Class:

MIT & Entrepreneurship

Overview of 24 steps for Disc.Eship.

"Filtering Ideas & Team Speed Dating"

Bring 3 ideas to start a company: After class, teams formed

Step 1: Market Segmentation Chapter 1+2 Send Executive Summary per team (over weekend)

Step 2: Select a Beachhead Market

Step 3: Build an End-User Profile Chapter 3+4

Step 4: Calculate TAM

Step 5: Profile the "Persona" Chapter 5

Step 6: Full Life Cycle Chapter 6 Do Primary Market Research (PMR)

Step 7: High level product specification Chapter 7 Select Beachhead, calculate TAM, etc.

Step 9: Next 10 Customers Chapter 9 Bring PERSONA (from previous Homework)

Step 8: Quantify Value Proposition Chapter 8 PMR - Bring 10-12 customer I+Os (from previous Homework)

(Step 10: Skip) Chapter 9 + 10

Step 11: Chart your Competitive Position Chapter 11

Step 12: How does your customer acquire your product? Chapter 12 Bring HLPS + QVP!!

Step 13: Map the process to acquire a paying customer Chapter 13 Bring Competition Matrix

Step 14 Calculate Total TAM size Chapter 14

Step 15: Business Model Chapter 15

Step 16: Set your pricing framework Chapter 16

Step 18: Map the Sales Process to acquire a Customer Chapter 18

Step 17: Calculate LTV of acquired customer Chapter 17 Bring explanation on Business Model and Pricing

Step 19: Calculate Cost of Acquisition (COCA) Chapter 19

Basic concepts in a Digital Marketing Plan Guest Speaker Marketing Dir. (TBD)

Steps 20-21: Identify and Test Key Assumptions Chapters 20 & 21 Bring Initial LTV + COCA

Step 22: Define the Min. Viable business Product (MVBP) Chapter 22

Step 23: Show that the dogs will eat the dog food Chapter 23

Step 24: Develop Product Plan Chapter 24

Send Prod. Plan (MVBP + tested Key Assumptions)

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades presenciales (en el aula):

- Conferencias / Clases por el Profesor
- Realización de ejercicios y otras actividades de forma individual y en grupo.
- Trabajo en equipo.
- Evaluación Continua (presentaciones de parte del trabajo en clase, quizzes, participación, etc)

Actividades de equipo/colectivas (fuera del aula):

- Trabajo en equipo.
- Trabajo de campo para la realización de tareas propuestas por el Profesor (ej, Market Research)
- Estudio individual teórico y práctico.

- Lectura de artículos.
Algunas actividades serán organizadas por algún Profesor Invitado (pej, Digital Marketing).

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
45 horas	30 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Capacidad para diseñar, desarrollar, evaluar y asegurar la accesibilidad, ergonomía, usabilidad y seguridad de los sistemas, servicios y aplicaciones informáticas, así como de la información que gestionan.

Capacidad para resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, autonomía y creatividad. Capacidad para saber comunicar y transmitir los conocimientos, habilidades y destrezas de la profesión de Ingeniero Técnico en Informática.

Competencias específicas

CE01 - Identificar los datos relevantes para diagnosticar un problema de negocio y generar una decisión sensata alternativas.

CE02 - Desarrollar habilidades comunicativas en un contexto empresarial siguiendo el esquema clásico de logos, ethos, y pathos, para estructurar un discurso sólido y convincente, acompañado del lenguaje corporal y utilizando historias e imágenes efectivas ("storytelling").

CE05 - Realizar negociaciones, tanto en entornos competitivos como colaborativos, que alcancen resultados satisfactorios y acuerdos estables para todas las partes.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Aumentar posibilidades de éxito en proyecto emprendedor

El curso fomenta competencias generales valiosas para el emprendedor, tanto en por su cuenta como en una gran empresa, como el pensamiento holístico y la capacidad de sintetizar y juntar cosas para crear un nuevo negocio.

Permite a los estudiantes aplicar funciones habilidades aprendidas en clases anteriores de Ingeniería, en el contexto de una nueva empresa. Al mismo tiempo, construye las siguientes competencias específicas que son importantes para los gerentes emprendedores:

- Determinar si y qué tipo de carrera empresarial se ajusta a sus propias ambiciones profesionales.
- Comprender el proceso de construcción de un nuevo negocio y evitar sus trampas y escollos.
- Conocer las fuentes de ideas para nuevos emprendimientos y lo que es necesario para transformar estas ideas en oportunidades de negocio reales
- Aumente la confianza de que puede construir nuevos negocios en una variedad de contextos
- Saber cuándo y cómo aplicar diversas herramientas y técnicas como la planificación empresarial y la modelado que le permite conceptualizar su nuevo negocio de manera efectiva
- Dominar técnicas que te ayuden a gestionar el alto riesgo y la incertidumbre característicos de la proceso de creación de empresas
- Saber "vender" su idea (el sueño del nuevo negocio) a otros, para que pueda optar a recibir la necesaria financiación y recursos.
- En definitiva, aumentar las posibilidades de éxito en un posible proyecto emprendedor, tanto por su cuenta, como dentro de una gran empresa.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del curso de Innovación y Emprendimiento se basa en los principios de evaluación continua. Según este sistema, la asistencia a clase es obligatoria y el alumno debe cumplir con un mínimo del 80% de asistencia para optar al aprobado.

La evaluación final será la combinación de los siguientes factores:

- 30% Participación y asistencia a clase (Individual)
- 30% Entregables del proyecto y pruebas parciales (Individual y por Equipos)
- 40% Examen Final/ Presentación Final (Individual y por Equipos)

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Ulrich, K.T.; Eppinger, S.D.; Yang, M.D, Product design and development
McGraw-Hill Irwin, 2019. ISBN: 9781260566437

Hisrich, R.D.; Peters, M.P.; Shepherd, D.A, Entrepreneurship
McGraw-Hill, 2024. ISBN: 9781266264139

Eguiguren, M.; Barroso, E, Pirámide, Empresa 3.0: políticas y valores corporativos en una cultura empresarial sostenible
2011. ISBN: 9788436824766

Nueno, P, Deusto, Emprendiendo hacia el 2020: una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas
2009. ISBN: 9788423426928

Barba, Enric Innovación: 100 consejos para inspirarla y gestionarla
Libros de Cabecera, 2011. ISBN: 9788493830335

Complementaria

Stephen Shapiro Best Practices Are Stupid: 40 Ways to Out-Innovate the Competition

Rowan Gibson. Four lenses of innovation