

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diploma en Liderazgo Colaborativo en el Marketing Digital (Título Propio asociado a Marketing)
-------------	--

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Derecho, Empresa y Gobierno
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Inteligencia Emocional en la Empresa: Strengths Finder. Presencia Corporativa. Gestión del Liderazgo & Talento en Entornos Colaborativos
-------------	--

Tipo:	Propia Obligatoria
-------	--------------------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

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

Código:	76116
---------	-------

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

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

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

Total de horas de dedicación del alumno:	150
--	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Félix Blanco Ortiz	felix.blanco@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En esta asignatura se desarrollará una metodología de emprendimiento basada en el sistema de emprender en 24 pasos del MIT.

El curso utiliza las metodologías Design Thinking y Lean Startup, con enfoque en el desarrollo del cliente para identificar y dar solución a una necesidad no cubierta. La asignatura trata en profundidad los conceptos de "Emprendimiento" e "Innovación" y cubre el proceso de ideación, prototipado y definición de un MVP (Producto Mínimo Viable), previo al lanzamiento del proyecto al mercado. Se utiliza el aprendizaje experimental como paradigma para involucrar a los participantes en el descubrimiento y la prueba de hipótesis de sus modelos de negocio. Adicionalmente, se incluyen conceptos de gestión de proyectos y Metodologías Ágiles como solución para la puesta en marcha del

proyecto de negocio.

OBJETIVO

Utilizar el estado del arte de las metodologías y metodologías aprendidas en transformación digital y en su grado de marketing digital para generar innovación y crear modelos de negocio centrados en los clientes y sus necesidades necesario en cualquier organización y empresas en el futuro.

- Diseñar proyectos emprendedores innovadores, escalables y con ánimo de lucro.
- Desarrollar una mentalidad emprendedora basada en la búsqueda de hechos, el proceso de validación y las habilidades de presentación.

Resultados de los aprendizajes adquiridos:

- Usar y experimentar una metodología para crear y entender cómo crear nuevas empresas escalables. Los estudiantes podrán usar el conocimiento adquirido en su futuro profesional y en el resto de su carrera.
- Desarrollar un enfoque científico para la validación de hipótesis empresariales.

Comprender el riesgo y la incertidumbre de las nuevas propuestas de negocios.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se trata de una asignatura que desarrolla habilidades de emprendimiento e intraemprendimiento (para trabajar bien por cuenta propia o por cuenta ajena).- Esta materia ayudará al alumno, una vez que ha asimilado y madurado los conocimientos adquiridos a lo largo del grado en todo lo referido a ver oportunidades de negocio basado en las personas y a validar sus hipótesis mediante el método científico, no dando todo por hecho.

CONTENIDOS

- Bloque 1-

- 1.1. La necesidad de emprender e innovar.
- 1.2. Introducción a los métodos adaptativos y experimentales. Aproximación con Design thinking, Lean startup y Agile.

- Bloque 2-

- 2.1. Tendencias tecnológicas.
- 2.2. Proceso de Design thinking como metodología para resolver problemas complejos.
- 2.3. Observación, ideación y prototipado básico.

- Bloque 3-

- 3.1. Identificación y selección de las ideas de negocio.
- 3.2. Lean Startup Basics
- 3.3. Business Design:
 - 3.3.1. Fuerzas de la industria. Mapa de Stakeholders
 - 3.3.2. El diseño del modelo de negocio.
 - 3.3.3. Buyer Persona y Mapa de Empatía (Empathy Map)
 - 3.3.4. Propuesta de valor (Proposition Value Canvas)
 - 3.3.5. Modelo de Negocio (Business Model Canvas)

- Bloque 4-

- 4.1. Validaciones: primeras entrevistas.
- 4.2. Entrevistas con expertos. Inmersión. Observación.
- 4.3. Priorización del segmento de clientes.

- Bloque 5-

- 5.1. Validación del problema.
- 5.2. Selección final de early adopters
- 5.3. Entrevistas y experimentos con los clientes.

- Bloque 6-

- 6.1 Diseño de experimentos
- 6.2 Cómo crear los MVPs



- 6.3 Introducción a las métricas de negocio
- Bloque 7-
- 7.1 Aproximación Ágile a los MVPs -Productos Mínimos Viables-
- 7.2 Customer validation.
- 7.3 Diseño de la hoja de ruta de ventas.
- 7.4 Experimentos de validación de canal.
- 7.5 Experimentos de adquisición de cliente.
- Bloque 8-
- 8.1 Validar el modelo de ingresos.
- 8.2 Diseñar el motor de crecimiento.
- 8.3 Validar el posicionamiento.
- Bloque 9-
- 9.1 Ejecución y Gestión de un Proyecto.
- 9.2 Metodologías Ágiles (Kanban y Scrum) para la puesta en marcha de un proyecto.
- Bloque 10-
- 10.1 Razones por las cuales ser un emprendedor o intraemprendedor.
- 10.2 Los principales fracasos de grandes emprendedores.
- 10.3 Valores y filosofía cuando montas una empresa.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

El curso se distribuirá en tres partes, el diseño del modelo de negocio, la validación del modelo y la fase de comunicación / venta.

- ¿Qué es la metodología Lean Launch Pad y cómo funciona?
- Revisión del BMC Business Model Canvas Business de cada grupo (creado en la parte de transformación digital e innovación)
- Práctica y mentorización de equipos y proyectos: 12 semanas.

La forma más efectiva de aprender estas metodologías es desde la experiencia misma, aprendiendo haciendo. Por lo tanto, durante los talleres y sesiones, se mantendrá un enfoque puramente práctico, donde cada concepto y herramienta se practicará en grupos y en su proyecto / inicio.

Los estudiantes deben salir a la calle, entrevistar a clientes reales, crear prototipos y diseñar MVP, experimentar y medir sus suposiciones sobre el modelo de negocio en el mercado y buscar hechos de una manera metódica.

En las clases, el 30% del tiempo se dedicará al enfoque teórico de las metodologías, herramientas y casos. Un 70% restante para realizar prácticas en el proyecto que están desarrollando con la mentorización del docente.

La forma más efectiva de aprender estas metodologías es desde la experiencia misma, aprendiendo haciendo. Por lo tanto, durante los talleres y sesiones, se mantendrá un enfoque puramente práctico, donde cada concepto y herramienta se practicará en grupos y en su proyecto / inicio.

Los estudiantes deben salir a la calle, entrevistar a clientes reales, crear prototipos y diseñar MVP, experimentar y medir sus suposiciones sobre el modelo de negocio en el mercado y buscar hechos de una manera metódica.

El maestro utilizará técnicas de gamificación y mentorización grupo a grupo para mantener la atención e interés del alumno durante el curso.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clases expositivas Trabajos prácticos Tutoría	Realización de trabajos de campo Trabajo en grupo Estudio teórico práctico

Evaluación	Trabajo virtual en red
------------	------------------------

COMPETENCIAS

<p>Entiende la importancia de conocer al cliente.</p> <p>Conoce e identifica todos los grupos de interés.</p> <p>Entiende los conceptos y pilares fundamentales de los proyectos</p> <p>Aprende los fundamentos de la gestión empresarial</p> <p>Fomenta y construye una buena comunicación con sus compañeros.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

<p>Comprende la importancia de que la poner foco en el cliente para detectar oportunidades.</p> <p>Comprende que la estrategia en el ámbito empresarial afectan a todos los grupos de interés.</p> <p>Comprende la conveniencia entender cómo funcionan los proyectos y los negocios como garantía de su futuro empresarial.</p> <p>Comprende que la gestión de un proyecto es muy valioso en el mundo empresarial.</p> <p>Desarrolla un buen nivel de interlocución y de trabajo con sus compañeros y gestiona bien el trabajo en equipo.</p>
--

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

<p>Se establecen dos sistemas de evaluación, de aplicación tanto en Convocatoria Ordinaria como en la Extraordinaria:</p> <p>SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTINUA: alumnos que deben asistir normalmente a clase.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Examen escrito final: 40% (para hacer media con el resto de apartados, la puntuación de este apartado será mínima de 5) - Ejercicios individuales / grupo y actividades en el aula virtual: 50% - Asistencia y participación en clase: 10% (Para que cuente el concepto de "Asistencia y Participación en clase" y hacer media con el resto de conceptos, esta no deberá ser inferior al 80%). <p>SISTEMA DE EVALUACIÓN ALTERNATIVA: alumnos con dispensa académica que no puedan acudir a clase de forma justificada (segundas y sucesivas matrículas, solapamientos con otras asignaturas, trabajo...) y alumnos UFV en Erasmus.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La nota se calculará en base a los ejercicios individuales / grupo y actividades en el aula virtual: 40% - El examen final: 60% (para hacer media con el resto de apartados, la puntuación de este apartado será mínima de 5). <p>Estos estudiantes podrán acogerse al sistema de evaluación continua previo aviso al profesores en las primeras semanas de clase.</p> <p>El profesor podrá establecer una penalización por faltas ortográficas tanto en trabajos como exámenes, de ser así, lo indicará debidamente en las rúbricas de evaluación e instrucciones de las actividades solicitadas.</p>
--

Para asegurar el aprendizaje significativo por parte del alumno, se respetarán escrupulosamente las fechas de entrega de las actividades propuestas, trabajos individuales y grupales.

Para la convocatoria extraordinaria se respetarán los mismos ítems y pesos de evaluación, esto implica que únicamente se repetirá el examen y se guardarán el resto de calificaciones de una convocatoria a otra, por tanto, no se admitirán nuevas entregas de trabajos.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación de los Grados de Administración y Dirección de Empresas y Marketing. Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la Universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en examen que serán consideradas como grave de acuerdo al artículo 7 de dicha normativa.

Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la Universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en examen que serán consideradas como grave de acuerdo al artículo 7 de dicha normativa.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Osterwalder, A., y Pigneur, Y. Generación de Modelos de Negocio Deusto (2011)

Complementaria

EOI (Escuela de Organización Industrial) Metodología Ágil de Emprendimiento. La Experiencia EOI. 1ª

