

Emprendimiento y creación de empresas globales

MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.



DATOS GENERALES

Breve descripción

Esta asignatura pretende familiarizar al alumnado con la iniciativa emprendedora y la creación de empresas globales. La transformación de una idea de negocio en una realidad empresarial es un proceso que para ser culminado con éxito debe desarrollarse de forma metódica y haciendo uso de las herramientas adecuadas. El principal objetivo de esta asignatura es dar a conocer tales herramientas de apoyo, con una orientación hacia la práctica. El alumno conocerá el proceso emprendedor, en particular, la naturaleza y secuencia del nacimiento de un negocio, desde la identificación y evaluación de oportunidades de negocio y el desarrollo de la idea de negocio y su viabilidad inicial a la configuración de un modelo de negocio. Al finalizar el curso el alumno debe ser capaz de identificar y evaluar oportunidades de negocio con potencial, así como desarrollar modelos de negocio innovadores viables.

Título asignatura

Emprendimiento y creación de empresas globales

Código asignatura

102791

Curso académico

2025-26

Planes donde se imparte

[MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT](#)

Créditos ECTS

3

Carácter de la asignatura

OBLIGATORIA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

Español/inglés

CONTENIDOS

Contenidos

El programa consta de 11 sesiones lectivas de 90 minutos de duración cada una. Los contenidos de las sesiones son los siguientes:

Sesión 1: Iniciativa emprendedora en una economía global

- • El emprendedor y la iniciativa emprendedora en una economía global
- • Proceso emprendedor
- • La decisión de emprender
- • Ecosistemas de apoyo al emprendimiento

Sesión 2: Oportunidades de negocio (I)

- • Identificación de oportunidades de negocio
- • Evaluación de oportunidades de negocio.
- • Búsqueda y selección de oportunidades de negocios globales
- Casos de oportunidades de negocio internacionales

Sesión 3: Oportunidades de negocio (II) - aplicación práctica

- • Identificación y evaluación de oportunidades de negocio en contextos internacionales.
- Oportunidades de negocios internacionales (en grupo): vídeo (máximo 3 minutos).

Sesión 4: Metodologías de innovación basada en el usuario: design thinking

- • Definición y principios básicos del Design Thinking.
- • Importancia del enfoque centrado en el usuario.
- • Fases del Proceso de Design Thinking
- • Aplicación práctica y desarrollo de prototipo
- Caso de innovación basada en el usuario. <https://www.designkit.org/resources/1.html>

Sesión 5: Ideas de negocio (I). Creatividad e Innovación

- • Ideas de negocio y propuesta de valor
- • Creatividad e innovación
- • Análisis de viabilidad inicial

Sesión 6: Ideas de negocio (II). Modelo de negocio

- • Definición y tipos de modelo de negocio
- • Configuración de modelo de negocio
- • Casos de modelos de negocios

Sesión 7: Lean startup

- • Principios de la metodología Lean startup
- • El circuito de feedback de la información: construir-medir-aprender
- • Desarrollo de Producto Mínimo Viable

Sesión 8: Herramientas para la planificación del desarrollo de un nuevo proyecto empresarial

- • Plan de negocio: diseño, estructura y finalidad
- • Pitch deck: diseño, estructura y finalidad

• Plan de negocios vs pitch deck: criterios de elección

• Instrumentos de financiación: relevancia de las proyecciones financieras y fuentes de financiación

Sesión 9: Planificación económico-financiera

• Plan de inversión y financiación.

• Previsiones principales cuentas financieras: cuenta resultados, estado de flujos de efectivo y balance de situación.

• Indicadores de rentabilidad

• Aplicación práctica

Sesión 10: Propuestas de negocios: presentaciones finales (I)

• Presentaciones grupales de propuestas de negocios

• Discusión y feedback peer-review

• Evaluación de propuestas de negocios innovadoras

Sesión 11: Propuestas de negocios: presentaciones finales (II)

• Presentaciones grupales de propuestas de negocios

• Discusión y feedback peer-review

• Evaluación de propuestas de negocios innovadoras

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE FORMACIÓN

Conocimientos

CO1 - Aprender sobre analíticas para la gestión de empresas en entornos dinámicos y complejos, tal como es el entorno internacional.

CO3 - Dominar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje.

CO4 - Comprender los conceptos, teorías e instrumentos para analizar y desarrollar planes de internacionalización empresarial.

CO5 - Comprender la naturaleza de los problemas en la organización y por tanto la aplicación de herramientas idóneas a través del desarrollo de las capacidades analíticas.

CO6 - Adquirir las técnicas para la redacción profesional de documentos y la presentación de informes en el ámbito de los negocios internacionales.

CO11 - Aprender a valorar los riesgos de las empresas al abordar proyectos internacionales complejos, así como conocer algunos aspectos esenciales que determinan el éxito o el fracaso de los proyectos.

CO13 - Aprender a incorporar el concepto de sostenibilidad en los proyectos empresariales e institucionales, identificando sus ámbitos concretos de aplicación práctica.

CO14 - Aprender a incorporar otros conceptos de las ODS, también relevantes para las empresas internacionales, en sus proyectos, identificando sus ámbitos concretos de aplicación práctica.

Habilidades

H1 - Aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, con un alto grado de autonomía, en empresas tanto nacionales como internacionales, sean pequeñas o medianas o empresas de dimensión más multinacional, e incluso en organizaciones no empresariales pero cuya gestión requiera una visión internacional.

H2 - Aplicar las capacidades de análisis adquiridas en la definición y planteamiento de nuevos problemas y en la búsqueda de soluciones tanto en un contexto empresarial de ámbito nacional como internacional.

H3 - Ser capaz de recabar, registrar e interpretar datos macroeconómicos, información de países, información sectorial y empresarial, datos financieros y contables, datos estadísticos, y resultados de investigaciones relevantes para sistematizar los procesos de toma de decisiones empresariales en entornos internacionales.

H4 - Aplicar el procedimiento adecuado a la consecución de un objetivo empresarial de ámbito internacional.

H5 - Evaluar la relación existente entre empresas y el marco institucional en el que se desarrollan las actividades.

H6 - Manejar plataformas digitales, medios tecnológicos, audiovisuales e informáticos para la búsqueda de información y la comunicación eficaz de los proyectos empresariales.

H7 - Manejar programas de software y estadísticos para el registro y análisis de datos.

H8 - Analizar los resultados de la investigación de mercados y competencia para proponer orientaciones estratégicas y acciones operativas.

H9 - Gestionar un proyecto de internacionalización empresarial y asumir responsabilidades directivas.

H10 - Estimar la viabilidad económica y rentabilidad financiera de los proyectos de internacionalización.

H11 - Evaluar la compatibilidad del proyecto de internacionalización con los objetivos ODS.

H14 - Fomentar el emprendimiento de proyectos empresariales con enfoque y ambición internacional.

H15 - Conocer el ecosistema de inversionistas y entidades de apoyo que permitan la financiación y viabilidad económica e implementación de nuevas ideas en el ámbito de la dirección internacional de empresas.

Competencias

C1 - Trabajar en equipos multidisciplinares y multiculturales, en situaciones de alta exigencia en cuanto a tiempos (plazos de diseño y ejecución de proyectos y casos) y resultados se refiere.

C2 - Desarrollar actividades empresariales y personales dentro de los comportamientos éticos y de responsabilidad social más estrictos, así como para desarrollar una sensibilidad hacia temas sociales y medioambientales.

C3 - Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita en español e inglés, manteniendo una imagen adecuada en su actividad profesional.

C5 - Trabajar en equipo primando la precisión de los resultados y la solvencia y originalidad de las proposiciones.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

Denominación	Horas	% presencial
AF1 Clases magistrales	12	100
AF2 Clases prácticas	12	100
AF3 Trabajos individuales y en grupo	26	10
AF5 Trabajo autónomo del estudiante	25	0

Estas actividades incluyen: casos de oportunidades de negocio, startups y empresas innovadoras e internacionales, así como actividades tanto individuales como grupales sobre identificación de oportunidades de negocio, aplicación de metodologías para el desarrollo de ideas de negocio innovadoras, y propuestas de negocios con soluciones innovadoras para los mercados globales que se presentarán y documentarán siguiendo las indicaciones del profesor.

Trabajo en grupo: propuesta de negocio innovadora

A lo largo de la asignatura en las diferentes sesiones, además de las actividades individuales que se planteen, los estudiantes trabajarán en grupo aplicando la teoría, conceptos y herramientas vistas en las correspondientes sesiones. En particular, en grupo identificarán una oportunidad de negocio real, la cual analizarán y diseñarán una idea de negocio para aprovecharla. En el proceso, deberán aplicar herramientas de creatividad, así como las diferentes metodologías que se abordarán en las sesiones hasta configurar un modelo de negocio innovador y viable. En las últimas sesiones deberán elaborar las correspondientes proyecciones financieras que permitan valorar la viabilidad del proyecto, así como elaborar un Pitch Deck que presentarán en las últimas sesiones.

Cada grupo tendrá que presentar su Pitch Deck. En dicha presentación intervendrán todos los alumnos del grupo de forma equilibrada. Asimismo, deberán responder a las preguntas que les planteen el resto de los compañeros de clase.

El profesor organizará las presentaciones e interacciones en el aula.

Finalmente, el profesor podrá eventualmente hacer preguntas (cold calls) de manera individualizada y aleatoria a los alumnos/as tanto del equipo que presenta como del resto durante los momentos dedicados a ello.

Metodologías docentes

Esta asignatura, de carácter esencialmente práctico, se centra en conocer y aplicar las herramientas para el desarrollo de iniciativas emprendedoras desde la identificación y evaluación de oportunidades de negocio hasta la configuración de modelos de negocios innovadores y sostenibles que sean competitivos en las actuales economías globales. En particular, se aplicarán las siguientes metodologías:

• Clase magistral expositiva: el profesor explica las nociones claves y de vanguardia en la

disciplina en cuestión.

• Trabajo individual de los alumnos: lecturas, informes y búsqueda de información adicional, así como propuestas de ideas de negocio.

• Trabajo en grupo: propuesta de modelo de negocio innovador y viable basado en una oportunidad de negocio real.

• Clases interactivas presenciales: seminarios de discusión y talleres

• Trabajos y exposiciones en grupo: Trabajos de campo para el desarrollo de propuesta de modelo de negocio.

Resultados de aprendizaje

• Descubrir oportunidades de negocio con potencial. Los estudiantes serán capaces de identificar y analizar oportunidades de negocio en mercados globales, utilizando herramientas de investigación de mercado y análisis competitivo. Podrán reconocer tendencias emergentes y necesidades no satisfechas en diferentes industrias y geografías.

• Innovar en el desarrollo de ideas de negocio. Los estudiantes aprenderán a generar y desarrollar ideas de negocio innovadoras que respondan a las dinámicas del mercado global. Desarrollarán habilidades en creatividad y pensamiento crítico para proponer soluciones únicas y disruptivas.

• Evaluar el potencial de viabilidad de propuestas de negocio. Los estudiantes serán capaces de analizar y valorar la viabilidad estratégica, comercial, técnica, operativa, organizativa, jurídica y financiera de diversas propuestas de negocio. Aprenderán a realizar estudios de mercado, análisis de costes y beneficios, y a realizar proyecciones económico-financieras para los negocios propuestos.

• Diseñar, planificar e iniciar un proyecto empresarial. Los estudiantes conocerán los principales documentos para la planificación de sus propuestas de negocios. Desarrollarán habilidades en la planificación y gestión de proyectos, desde la concepción hasta la implementación y el crecimiento global.

• Conocer ejemplos y analizar casos prácticos de empresas de reciente creación e innovadoras que operan a nivel internacional.

• Conocer y aprovechar las oportunidades que ofrece la transformación digital en la creación y expansión de negocios globales.

• Enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del emprendimiento en un contexto global, equipando a los estudiantes con las competencias necesarias para crear y gestionar empresas innovadoras y sostenibles en una economía global.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

En su convocatoria ordinaria la calificación final se determinará en base a tres grandes conceptos: la evaluación formativa, la participación activa del alumno/a y el examen final.

La evaluación de la asignatura tendrá los siguientes pesos para cada uno de los conceptos descritos:

• Evaluación del trabajo en grupo y de las presentaciones orales (50%)

• Examen final (50%)

A la nota final obtenida por el alumno/a, el profesor podrá otorgar un +/-10% (o el porcentaje que considere adecuado, siempre por debajo o igual al 10%) a los y las mejores en función de la calidad de su participación y actitud durante el curso. También, se podrá otorgar un porcentaje negativo a quienes presenten actitudes o comportamientos no deseados durante el curso.

En las convocatorias 2ª y siguientes, la calificación dependerá de la/s prueba/s (escritas tipo test, tipo ensayo, trabajos, pruebas orales, etc.) que serán determinadas por los docentes y comunicadas con antelación suficiente al alumnado.

PROFESORADO

Profesor responsable

Rodríguez Márquez, Alicia

Doctora en Dirección de Empresas.

Universidad Carlos III (Madrid)

Profesorado

Revilla Torrejón, Antonio Javier

Doctor en organización de empresas.

Associate professor in Business and Management.

Universidad Carlos III de Madrid

Sánchez García, Javier

Grado en Administración de Empresas.

Dirección General.

Beside Ventures.

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Como material didáctico se entregará la siguiente documentación:

• Las diapositivas expuestas durante las sesiones (que serán puestas a disposición de los estudiantes después de cada sesión)

• Lecturas de noticias, informes y casos reales de empresas o casos de estudio (que serán puestos a disposición del estudiante en el momento de la explicación de la correspondiente actividad). En caso de artículos referenciados en las diapositivas, los estudiantes podrán acceder a ellos mediante el enlace a la misma que el profesor incorpora en la diapositiva.

Referencia básica:

• Rodríguez Márquez, A., Nieto, M.J., Fernández, Z. y Revilla Torrejón, A. (2014). Manual de creación de empresas. De la oportunidad a la puesta en marcha. Civitas (Thomson-Reuters). <https://tienda.aranzadilaley.es/p/manual-de-creaci%C3%B3n-de-empresas-d%C3%BAo>

Otros recursos online y libros recomendados:

• EL PROGRAMA DESAFÍA: <https://www.icex.es/es/todos-nuestros-servicios/programas-y-servicios-de-apoyo/desafia>

• The Field Guide to Human-Centered Design: <https://www.designkit.org/resources/1.html>

• Harnish, V. (2016). Scaling Up: How a Few Companies Make It... and Why the Rest Don't. Transl. engl. M.: MIF.

• Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Disponible en [PDF] Generación de modelo de negocio

• Reis, E. (2011). The lean startup. New York: Crown Business, 27, 2016-2020.