

Guía Docente de *Emprendizaje y desarrollo de un negocio*

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre	Emprendizaje y desarrollo de un negocio				
Materia	Itinerario: Innovación, negocio y emprendizaje				
Código	GGII03				
Titulación	Grado en Ciencias Gastronómicas y Artes Culinarias				
Centro	Facultad de Ciencias Gastronómicas - Basque Culinary Center				
Tipo	Optativa				
Año académico	2017-2018	Curso	4º curso	Periodo lectivo	1º semestre
Itinerario	Innovación, negocio y emprendizaje				
Idioma	Castellano/Inglés				
ECTS	6				
Horario	Consultar en Moodle.				
Aula/Taller	Consultar en Moodle.				

2. DATOS DEL PROFESORADO

Profesora	AGUILERA, Ana María
Profesora	ZURBITU, Izaskun
Profesores	Ponentes externos

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

3.1. Presentación

El plan de negocio se presenta como una de las herramientas claves actuales para analizar, entender y llevar a cabo una empresa de tipo gastronómico. Esta asignatura se centra en los aspectos necesarios para el desarrollo de habilidades y actitudes clave para el emprendimiento y creación de empresas.

A través de actividades de tipo dinámico y participativo, el estudiante practica y conoce herramientas para la gestión y control del estrés, tiempo, gestión de equipos y otras habilidades necesarias en cualquier empresa gastronómica. Con una visión más transversal, esta asignatura complementa las otras dos asignaturas de la especialización. Siguiendo una dinámica de tipo start up, el curso culmina con un proyecto final conjunto con las otras dos optativas del itinerario Innovación, negocio y emprendizaje en una dinámica de formación única.

Esta asignatura incluye ponencias de emprendedores, organización potencial de eventos relacionados con el emprendizaje, visitas a posibles ferias o congresos de emprendedores, y otras actividades clave para el uso y desarrollo de estas habilidades.

3.2. Objetivos

Al final del curso, los alumnos serán capaces de:

- hacer un plan de negocio para una nueva línea de negocio en una empresa gastronómica o para una nueva empresa (intra e interemprendimiento) como consecuencia de lo aprendido en las asignaturas de la Especialización de Negocios
- usar metodología para idear nuevas ideas de negocio.
- ser capaces de validar nuevas ideas en el mercado.
- definir la implementación de un producto mínimo viable (MVP).
- participar en diferentes acciones de carácter emprendedor.
- vender planes de negocio de forma oral en frente de clientes o inversores.
- utilizar diferentes herramientas para gestionar el tiempo, el estrés y sus equipos.

- contribuir y trabajar en equipos para planificar, organizar, controlar el desarrollo de la línea de negocio.
- identificar y analizar los riesgos asociados a su idea de negocio.
- crear estrategias de desarrollo empresarial y profesional.
- conocer, asimilar, compartir y poner en práctica algunas de las características del talante y el perfil emprendedor.

3.3. Conocimientos previos requeridos

No se requieren.

4. COMPETENCIAS

4.1. Competencias específicas o técnicas

C.02: Identificar y valorar la aplicación de procesos innovadores en el ámbito del servicio y atención al cliente con el fin de realizar una oferta gastronómica más completa y de calidad elevada.

C.04: Identificar y aplicar herramientas y técnicas de gestión de los diferentes procesos (procesos de apoyo al servicio, procesos de producción y procesos de comercialización y marketing), atendiendo a la orientación al cliente, a la rentabilidad del negocio y a la normativa vigente.

C.06: Identificar y valorar los principales aspectos y tendencias de la cultura gastronómica tanto nacional como internacional, reconociendo posibles espacios de dicho ámbito en los que puedan realizarse cambios e innovaciones que permitan el desarrollo de nuevas ideas y/o actividades.

C.07: Definir y desarrollar una propuesta innovadora de negocio viable y sostenible en el ámbito gastronómico, o incorporar mejoras a las ya existentes.

C.11: Diseñar y mantener un sistema sencillo de información y vigilancia para mantenerse actualizado en cuestiones del ámbito gastronómico, con el fin de identificar las necesidades formativas propias que le permitan adquirir conocimientos ulteriores con un alto grado de autonomía.

4.2. Competencias transversales

CT. 01. Planificación

CT. 02: Iniciativa

CT. 03: Flexibilidad

CT. 04: Trabajo en equipo

CT. 07: Resolución de problemas

CT. 08: Comunicación eficiente

CT. 09: Uso de las TIC

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS Y METODOLOGÍA DOCENTE

		Actividades formativas (%)						Evaluación propuesta (ECTS)				
Resultado de aprendizaje												
RA7.23	Ser capaz de planificar el desarrollo de un nuevo negocio, atendiendo a los requerimientos constitutivos, organizativos y de infraestructura.	50	25			25		100%		0,54	1,26	1,8
RA7.24	Ser capaz de elegir las técnicas de creatividad más adecuadas para la generación y selección de ideas y proyectos emprendedores.	70				30		100%		0,36	0,84	1,2
RA7.25	Conocer, asimilar, compartir y poner en práctica algunas de las características del talento y el perfil emprendedor.							100		0,9	2,10	3
		Total % / Actividad formativa						Total ECTS / Evaluación propuesta				

Mecanismos de recuperación

Se realizarán pruebas de recuperación parcial en función de las acciones evaluadoras que se realicen.

6. CONTENIDOS

6.1. Contenidos

- Introducción al Emprendizaje: Emprendizaje e intra emprendizaje. Características del emprendedor.
- Métodos y técnicas de creatividad e ideación. Aplicación de técnicas y métodos de creatividad e ideación.
- Innovación en modelos de negocios
- Habilidades para emprender, planificar y gestionar equipos
- Herramientas y habilidades para el control y gestión del tiempo y el estrés
- Estrategias de desarrollo y formación profesional
- Participación en actividades de emprendimiento: congresos, ponencias, etc.
- Conocer, asimilar, compartir y puesta en práctica de las características del talento y el perfil emprendedor en las distintas actividades propuestas.

7. RECURSOS DIDÁCTICOS Y BIBLIOGRAFÍA

7.1. Recursos didácticos necesarios

- Aulas multifuncionales equipadas con pizarra, proyector, mobiliario adaptable para trabajo en equipo, conexiones eléctricas y conexión WiFi.
- Talleres equipados para la aplicación práctica y adquisición de competencias.
- Plataforma Moodle.
- Material docente.

7.2. Bibliografía

Bibliografía básica

CHRISTENSEN, C.M. *The innovator's dilemma: the revolutionary book that will change the way you do business*. New York: Harper Business, 2011. 978-0-06-206024-2.

DRUCKER, P. F. *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. Rev.ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2007. ISBN 978-0-06-085113-2

KELLEY, T. *The art of innovation*. New York: Random House, 2001. 0-385-49984-1.

Bibliografía recomendada

Innovación y creatividad

CSIKSZENTMIHALY, Mihaly. *Creativity: flow and the psychology of discovery and invention*. . New York, NY: Harper Collins, 1996. 0-06-017133-2

DRUCKER, Peter F. *The discipline of innovation* [en línea]. *Harvard Business Review*. Harvard Business School Corporation, 2002. <https://hbr.org/2002/08/the-discipline-of-innovation> > [Consulta: 15/6/2016].

JOHANSSON, Frans. *The Medici effect: what elephants and epidemics can teach us about innovation*. Boston, Mass: Harvard Business School Press , 2006. 1-4221-0282-3

LINDGARDT, Zhenya; REEVES, Martin; STALK, George; DEIMLER, Michael S. *Business Model Innovation: when the Game Gets Tough, Change the Game* [en línea]. The Boston Consulting Group (BCG), 2009. <<https://www.bcg.com/documents/file36456.pdf>> [Consulta: 06 octubre 2014].

Gestión de trabajo

ALLEN, David. *Getting Things Done*. Ed. 15. New York: Penguin Books, 2015. 978-0143126560

CUNNINGHAM, Ian. *The wisdom of strategic learning: the self managed learning solution*. 2nd ed. Aldershot (England): Gower, 1999. 0-566-08079-6

GOLEMAN, Daniel. *Emotional intelligence: The 10th Anniversary Edition*. New York: Bantam Books, 2005. 978-0-553-80491-1

KATZENBACH, J.R. *The discipline of teams*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review, 2008. 978-1-4221-7975-8

LIPMAN, J. Hot groups: seeding them, feeding them and using them to ignite your organization [en línea]. New York: Oxford University, 1999.

<http://ezproxy.mondragon.edu:81/login?url=http://lib.mylibrary.com/Browse/open.asp?ID=53035>

[Consulta: 15/06/2016]. 0-19-512686-6

PINK, D.H. *Drive, the surprising truth that motivates us*, 2009. 978-1-847677693. New York:

PRASHNIG, Barbara. *The power of diversity: new ways of learning and teaching through learning styles*. 3rd ed. New York: Network Continuum Education, 2008. 1-85539-441-3

SENGE, Peter. *The fifth discipline: the art and practice of the learning organization*. New York: Doubleday, 2006. 9780385517256

Emprendimiento

COLLINS J. C. *Built to last: successful habits of visionary companies*. New York: Harper Business, 2004. 0-06-051640-2

COLLINS, J. *Good to great: why some companies make the leap... and others don't*. New York: Harper Collins, 2001. 0-06-662099-6

COVEY, Stephen R. *First things first: to live, to love, to learn, to leave a legacy*. New York: Free Press, 2003. 9780684802039

LAGER, Fred. *Ben and Jerry's: the inside scoop: how two real guys built a business with a social conscience and a sense of humor*. New York: Crown Publishers, 1994. 0-517-88370-8

MORRIS, Michael; SHINDEHUTTE, Minet; ALLEN, Jeffrey. *The entrepreneur's business model: toward a unified perspective* [en línea]. *Journal of Business Research*. Elsevier Inc, 2005, Vol. 58, nº 6, p. 726-735.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.465.5076&rep=rep1&type=pdf>

ISSN 0148-2963 [Consulta: 06-10-2014]

PINE, J. *The experience economy*. Boston, Mass: Harvard Business Review Press, 2011. 978-1-4221-6197-5

TEECE, David J. *Business Models, Business Strategy and Innovation* [en línea]. *Long Range Planning*. Elsevier Ltd., 2010, Vol. 43, nº 2-3, p. 172-194. ISSN 0024-6301 [Consulta: 06-10-2014]