

Guía Docente de Generación de Nuevos Modelos de Gestión Empresarial - Desarrollo de spinoffs universitarias

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre	Desarrollo de Nuevos Modelos de Gestión				
Materia	Diseño de Producto y Servicio				
Código	MCG1.07				
Titulación	Master en Ciencias Gastronómicas				
Centro	Facultad de Ciencias Gastronómicas - Basque Culinary Center				
Año académico	2020-2021	Curso	1º curso	Periodo lectivo	2º semestre
Idioma	Castellano				
ECTS	6				
Horario	Consultar en MUdle.				
Aula/Taller	Consultar en MUdle.				

2. DATOS DEL PROFESORADO

Profesora	IGLESIAS, Anaïs (BCC)
Profesor	PELÁEZ, José Francisco (BCC)
Profesor	EICHSTETTER, Erich (BCC)
Profesor	DoT

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

3.1. Resumen de Contenidos

En esta asignatura se lleva a la práctica el proceso y metodologías desarrollados en el primer semestre, aplicado a la práctica del proyecto vertebrador.

El contenido se divide en las siguientes etapas:

- Feel: aplicación de herramientas de empatía y conocimiento del usuario en entorno real y con testeo real; acciones de sensibilización y marco teórico en los ODS
- Envision: definición del reto aplicable, enmarcado en el proyecto vertebrador. Formación e inputs en relación con el futuro y las tendencias para desarrollar la visión del proyecto.
- Plan: Creación y revelación de lo creado durante el proceso involucrando a personas ajenas al proceso.
- Make: creación de una propuesta de valor sólida y un desarrollo audaz de las soluciones que los participantes han dado a los desafíos.

3.2. Competencias adquiridas con dicha materia

- Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos complejos (o multidisciplinares) relacionados con el área de estudio.
- Comunicar conclusiones, así como, los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados, de un modo claro y sin ambigüedades.

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, en contextos de investigación y de gestión.
- Utilizar metodologías propias de la investigación e innovación en el sector de la gastronomía, diseñando y desarrollando propuestas de investigación y/o de negocio innovadoras, compartiendo información del ámbito gastronómico, mediante el uso de las tecnologías y redes de comunicación, a fin de tener y consolidar una presencia activa en los foros y/o mercados, a nivel local y global.
- Desarrollo de actitud emprendedora, entendida como proactiva, creativa, autoeficaz, con motivación de logro y locus de control interno.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS Y METODOLOGÍA DOCENTE

		Actividades formativas (%)					Total % / Actividad formativa	Evaluación propuesta (ECTS)			Total ECTS / Evaluación propuesta
		Trabajo individual	Presentación de informe	Trabajo práctico	Trabajo aplicado en equipo	Actitud		Pruebas escritas y orales individuales para la evaluación de competencias técnicas de la materia.	Informes de realización de ejercicios y de estudio de casos, prácticas en taller y/o en laboratorio.	Capacidad técnica, implicación en el proyecto, trabajo realizado, resultados obtenidos, documentación entregada, presentación y defensa técnica.	
RA2.1	Introducirse en la investigación a la gestión y dirección de empresas basada en la evidencia	30	20	20	20	10	100%	0,5	0,5	1	2
RA2.2	Conocer las funciones clave en la gestión de cualquier negocio, así como su aplicación en el ámbito gastronómico	15	30	25	20	10	100%	0,5	1	0,5	2
RA2.3	Conocer las líneas de investigación desarrolladas en BCC, así como, aquellas emergentes de interés en el ámbito gastronómico y ser capaces de desarrollar una propuesta formal de investigación o de negocio.	35	10	10	10	25	100%	1	0,5	0,5	2

Resultado de aprendizaje

5. RECURSOS DIDÁCTICOS Y BIBLIOGRAFÍA

5.1. 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 MUDle.
- Plataforma Zoom.
- Material docente.

5.2. Bibliografía

Bibliografía básica

- Kawasaki, G. (2004) The Art of Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything. New York: Portfolio. [ISBN: 1591840562].
- Osterwalder, A. (2010). Business Model Generation. New Jersey: Wiley. [ISBN: 9780470876411].
- Pink, D. H. (2011) Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us. Paperback:2011
- Ries, E. (2011). The Lean Startup: how constant innovation creates radically successful businesses. London: Penguin. [ISBN:9780670921607].

Bibliografía recomendada

- Aulet, B. (2013) Disciplined Entrepreneurship. New Jersey: Wiley [ISBN:9781118692288].
- Barney, J. B. (1991) Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management. 17 (01), 99-120.
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. Journal of Management. 27, 643-650.
- Crescentini, A & Mainardi, G. (2009) Qualitative research articles: guidelines suggestions and needs. Journal of Workplace Learning, 21 (5), 431-439.
- [Cousins, J. & Stewart, T. \(2002\) What is business process design and why should I care? \(2002\) \[en línea\] <http://www.rivers-family.info/resources/RivCom-WhatIsBPD-WhyShouldICare.pdf> \[Consulta: 18-07-2018\].](http://www.rivers-family.info/resources/RivCom-WhatIsBPD-WhyShouldICare.pdf)
- Drucker, Peter F. (2002) The discipline of innovation. Harvard Business Review [en línea] <<http://theelectroside.com/wp-content/uploads/2017/09/DisciplineofInnovation.pdf> > [Consulta: 18-07-2018].
- Fama, E.F. and Jensen, M.C. (1983). Separation of ownership and control. Journal of Law and Economics (16) 301-305.
- Feldman, D.C. (2004). The devil is in the details: Converting good research into publishable articles. Journal of Management, 30 (1), 1-16
- Fried, J. y Heinmeier, D. (2010) Rework: Change the way you work forever

- Gassmann, O. (2015). *Business Model Navigator*. London: FT Press [ISBN: 9781292065816]
- Hall, R. (1993). A Framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal* (14), 607-618.
- Hoskisson, R.E., Hitt, M. A., Wan, W.P, Yiu, D. (1999). Theory and research in strategic management: Swings of a pendulum. *Journal of Management*. 25 (3) 417-456.
- Kelley, T. (2001). *The Art of Innovation*. New York: Random House, Inc. [ISBN: 9780385499841]
- Knapp, J., Zeratsky, J. y Kowitz, B. (2016) *Sprint: El método para resolver problemas y testar nuevas ideas en solo 5 días (CONECTA)*
- [Lindgardt, Z., Reeves, M., Stalk, G., Deimler, M. S. \(2009\). Business model innovation: when the game gets tough, change the game. The Boston Consulting Group \[en línea\]](https://www.bcg.com/documents/file36456.pdf)
 [<https://www.bcg.com/documents/file36456.pdf> \[Consulta: 18-07-2018\].](https://www.bcg.com/documents/file36456.pdf)
- Maurya, A. (2012) *Running Lean: iterate from plan A to a plan that works*. 2 ed. Sebastopol, CA: O'Reilly , 2012. [ISBN: 9781449305178].
- Morris, M., Shindehutte, M. Allen, J. (2005). The entrepreneur's business model: toward a unified perspective. *Journal of Business Research*, 58 (6) 726-735. [ISSN 0148-2963]
- Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Get Started With*. New Jersey: Wiley. [ISBN: 9781118968055].
- Teece, D. J. (2010) Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43, (2-3), 172-194.
- Treviño, L. (2006). Editor's comments: publishing theory. *Academy of Management Review*. 31 (2) 252-255.
- Williamson, O.E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets and Relational Contracting*. The Free Press, N.Y.