

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA****Código:** 36510**Nombre:** Creación de Empresas Digitales**Ciclo:** Grado**Créditos ECTS:** 6**Curso académico:** 2026-27**TITULACIONES**

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	Facultat d'Economia	3	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	Creación de Empresas Digitales	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

MARCH CHORDA ISIDRE

RESUMEN

En entornos cada vez más globalizados y competitivos, la figura del emprendedor adquiere un papel protagonista en el contexto económico y social de una comunidad. De hecho, los emprendedores son personas que, con capacidad de iniciativa y de forma innovadora, desarrollan actividades que comportan un riesgo desconocido. En el ámbito específico de la actividad empresarial, emprendedor es la persona que, mediante la innovación, la asunción de riesgos y la detección y explotación de oportunidades, crea una empresa y la dinamiza. Pues bien, con la asignatura "Creación de empresas digitales" se pretende infundir al alumno el espíritu emprendedor y capacitarlo para enfrentarse con mayores posibilidades de éxito al nacimiento y gestión de nuevas empresas.

¿Qué es una startup? Según Steve Blank y Bob Dorf, "startup es una organización temporal diseñada para buscar un modelo de negocio repetible y escalable". Podemos añadir que en general necesita una o varias rondas de financiación antes de generar ingresos. Inicialmente son gestionadas por un puñado de fundadores y financiadas por inversores y trabajan para desarrollar, probar y comercializar sus ideas.

Las startups digitales son aquellas nuevas empresas dedicadas a ofrecer soluciones en el ámbito de la digitalización y la inteligencia artificial, como plataformas, SaaS o apps. También se consideran startups digitales aquellas que transforman en formato digital actividades o servicios tradicionalmente prestados en soporte físico

CONOCIMIENTOS PREVIOS



RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

No requeridos

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA

Capacidad de análisis y síntesis

Capacidad de aprendizaje autónomo.

Capacidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.

Capacidad para definir, resolver y exponer de forma sistémica problemas complejos.

Capacidad para planificar, organizar, controlar y evaluar la puesta en marcha de estrategias empresariales.

Capacidad para trabajar en equipo, con el compromiso por la calidad, la ética, la igualdad entre personas y la responsabilidad social.

Capacidad para utilizar las TIC, tanto en el ámbito de estudio como en el desarrollo profesional.

Comprender el impacto de las variables económicas, político-legales, socioculturales, tecnológicas y medioambientales sobre la actividad empresarial.

Comprender la naturaleza sistémica de la empresa digital.

Comprender y valorar las características y utilidad de las distintas estrategias corporativas y competitivas de las empresas digitales.

Interpretar y analizar adecuadamente los estados financieros de las organizaciones a través del uso de métodos analíticos y cuantitativos.

Plantear objetivos y diseñar estrategias en empresas digitales, así como valorar las implicaciones y necesidades para su consecución.

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

Realizar diagnósticos estratégicos en entornos complejos e inciertos, utilizando las metodologías adecuadas.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS



1. Entrepreneurship, startup y digitalización
 - 1.1. Entrepreneurship
 - 1.2. Digitalización en la empresa
 - 1.3. Modalidad empresarial startup
2. Herramientas para formular tu idea, proyecto, negocio
 - 2.1. Design Thinking
 - 2.2. Modelo Canvas
 - 2.3. Modelo de lean startup
 - 2.4. Plataforma Innogene
3. Plan de empresa en proyectos digitales
 - 3.1. Resumen ejecutivo
 - 3.2. Oportunidad de negocio
 - 3.3. Propuesta de valor y descripción del producto
 - 3.4. Análisis del entorno competitivo
 - 3.5. Análisis y segmentación de mercado
 - 3.6. Análisis técnico. Plan de operaciones
 - 3.7. Modelo de negocio y plan de marketing
 - 3.8. Plan económico-financiero
 - 3.9. Presentación de proyectos: pitching
4. Financiación y apoyo de nuevos negocios de base digital
 - 4.1. Herramientas de financiación
 - 4.2. Ecosistema emprendedor: instituciones y medidas de apoyo al emprendimiento
 - 4.3. Incubadoras y aceleradoras

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	30,00
Aula informática	30,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	30,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	60,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00



METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología docente a utilizar en la asignatura será de carácter eminentemente aplicado, por lo que la duración teórica y práctica se irá ajustando al programa, las visitas y charlas a las que acudir y la evolución del trabajo a realizar.

Para las sesiones teóricas se recurrirá principalmente a formas didácticas expositivas, en las que se incentivará la participación de los alumnos por medio de preguntas, opiniones y respuestas a cuestiones formuladas por el profesor.

Para las sesiones prácticas se recurrirá a una amplia variedad de formas didácticas participativas como la resolución de casos, role-playing, ejercicios de aplicación de herramientas, presentaciones orales y escritas, debates, presentaciones multimedia y seguimiento del proyecto empresarial.

Se incentivará al alumno para que busque y filtre información, materiales y documentación procedentes de bases de datos, con preferencia por las disponibles en la Universitat de València.

Existe una gran variedad de herramientas de inteligencia artificial (IA) generativa que pueden ser muy útiles en el aula. Conocer las ventajas y los inconvenientes de su uso es fundamental para el aprendizaje:

- La IA no piensa; la IA es inteligente porque hace cosas que a nosotros nos cuestan.
- A la IA hay que hacerle las preguntas correctas, no adivina. Hay que orientarla en un proceso conversacional, para lo cual es necesario tener los conocimientos que hagan posible redactar correctamente las preguntas (prompts) y poder confirmar que lo que la IA nos contesta es correcto.
- Es muy importante ser consciente de que estos sistemas a menudo generan, de manera muy convincente, contenidos en apariencia coherentes y correctos, pero que son falsos o contienen errores que un experto no tardará en detectar. Por ello, hay que pedirle las fuentes que ha utilizado la herramienta para darnos la respuesta. De esta manera podemos comprobar su veracidad.

Por todo ello, a lo largo del curso el profesorado indicará explícitamente en qué condiciones y para qué tipo de actividades estará permitido o limitado el uso de la IA generativa.

EVALUACIÓN

El sistema de evaluación consistirá en la elaboración y presentación de trabajos individuales y en equipo.

Para el trabajo en equipo, los estudiantes formarán grupos de un máximo de 3-4 componentes que trabajarán juntos durante todo el semestre. Cada grupo planteará una idea de negocio relacionada con el mundo digital, valorándose especialmente que esté relacionada con datos y con herramientas que se hayan estudiado durante el grado, y la trabajarán para confirmar que es viable. Se utilizarán todas las herramientas explicadas durante el curso y los cursos anteriores en diversas materias. Definida la idea y el modelo de negocio, prepararán un plan de negocio completo y avanzarán en el diseño de un prototipo inicial.

A lo largo del curso se harán presentaciones preliminares sobre el avance de los trabajos, tanto individuales como en equipo.

Se hará un seguimiento tutorizado de los trabajos a lo largo del curso.

En las últimas sesiones del curso se presentarán tanto los trabajos individuales como los proyectos en equipo.

A lo largo del curso se organizarán visitas a espacios de emprendimiento y seminarios de asistencia obligatoria dentro y fuera del horario de clase. Se aplicará una penalización por cada inasistencia.

En caso de que el trabajo en equipo obtenga la calificación de suspenso, el grupo deberá mejorar el trabajo para entregarlo en la segunda convocatoria habilitada a tal efecto por la Facultad.



BIBLIOGRAFÍA

- Barringer, B. & Ireland, R. (2017). Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures (5th ed.). Pearson, NY.
- Blank, S. (2013). The Four Steps to the Epiphany (2nd ed.).
- Castro Abancéns, I. (2016). De la start-up a la empresa. Ed. Pirámide, Madrid.
- Cormani, A. (2021). Tu modelo de negocios en 7 días. Autopublicado.
- Fitzpatrick, R. (2013). The Mom Test. CreateSpace.
- Gupta, S. (2017). Startup Easy: A Practical Guide. StartupLanes.com.
- Hisrich, R., Peters, M. & Shepherd, D. (2019). Entrepreneurship (11th ed.). McGraw-Hill, NY.
- Hoys, J. (2022). Plan financiero para startups. ESIC Editorial.
- López de Ávila, M. & de Miguel, J. A. (2016). ELS 2015: el estado del arte del emprendimiento lean en España. España Lean Startup.
- March Chordà, I. (2011). Start-ups: aprender a gestionarlas. Netbiblo.
- March Chordà, I. (2017). Elegidos o atrapados. Universitat de València, València.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2009). Business Model Generation. Autopublicado.
- Ries, E. (2011). The Lean Startup. Crown Publishers.
- Weinberg, G. & Mares, J. (2014). Traction: A Startup Guide to Getting Customers. S-Curves Publishing.