

Máster Oficial en Ingeniería de Montes

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:

Creación de Empresas

Denominación en inglés:

Entrepreneurship

Código:

1150131

Carácter:

Optativa

Horas:

	Totales	Presenciales	No presenciales
Trabajo estimado:	75	30	45

Créditos:

Grupos reducidos				
Grupos grandes	Aula estándar	Laboratorio	Prácticas de campo	Aula de informática
1.6	0.7	0	0.2	0.5

Departamentos:

Dirección de Empresas y Marketing

Áreas de Conocimiento:

Organización de Empresas

Curso:

2º - Segundo

Cuatrimestre:

Primer cuatrimestre

DATOS DE LOS PROFESORES

Nombre:

*Borrero Sánchez, Juan
Diego

E-Mail:

jdiego@uhu.es

Teléfono:

959219696

Despacho:

La Merced Fac. Ciencias
Empresariales. Despacho
34

*Profesor coordinador de la asignatura

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. Descripción de contenidos

1.1. Breve descripción (en castellano):

- Figura del emprendedor e importancia de la creatividad y la innovación
- Puesta en marcha de un negocio: formas jurídicas en la legislación española
- Desarrollo de fórmulas en economía social y empresa familiar
- El plan de empresa
- Aspectos legales, fiscales, organizativos y financieros en la gestión de la empresa
- Trámites para la creación de una empresa

1.2. Breve descripción (en inglés):

- Figure of entrepreneurial and importance of creativity and innovation
- Starting a Business: legal forms in Spanish legislation
- Development of social economy formulas and family business
- The business plan
- Legal, fiscal, organizational and financial management of the company
- Steps for creating a business

2. Situación de la asignatura

2.1. Contexto dentro de la titulación:

El perfil profesional y las competencias del ingeniero forestal son muy adecuadas para que, bien solo o acompañado, inicie una aventura de emprendimiento empresarial.

2.2. Recomendaciones:

No se da ninguna.

3. Objetivos (Expresados como resultados del aprendizaje):

Fomentar el espíritu emprendedor. Proporcionar las estrategias para manejar los enormes desafíos asociados con los cambios en un entorno dinámico y cada vez más complejo dotando a los participantes de un triple componente de conocimiento -gestión, negocio y tecnología- para que puedan crear empresas en el ámbito tecnológico y forestal.

4. Competencias a adquirir por los estudiantes

4.1. Competencias específicas:

4.2. Competencias básicas, generales o transversales:

- **CB6:** Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- **CB7:** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- **CB8:** Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- **CB9:** Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- **CB10:** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- **CG1:** Capacidad para aplicar las técnicas de marketing y comercialización de productos forestales

5. Actividades Formativas y Metodologías Docentes

5.1. Actividades formativas:

- Sesiones de Teoría sobre los contenidos del Programa.
- Sesiones de Resolución de Problemas.
- Sesiones Prácticas en Laboratorios Especializados o en Aulas de Informática.
- Sesiones de Campo de aproximación a la realidad Industrial.

5.2. Metodologías docentes:

- Clase Magistral Participativa.
- Desarrollo de Prácticas en Laboratorios Especializados o Aulas de Informática en grupos reducidos.
- Desarrollo de Prácticas de Campo en grupos reducidos.
- Resolución de Problemas y Ejercicios Prácticos.
- Tutorías Individuales o Colectivas. Interacción directa profesorado-estudiantes.
- Planteamiento, Realización, Tutorización y Presentación de Trabajos.
- Conferencias y Seminarios.
- Evaluaciones y Exámenes.

5.3. Desarrollo y justificación:

1. Clases Magistrales participativas teóricas y prácticas. Vinculadas fundamentalmente a la adquisición de objetivos de conocimiento.
2. Trabajos y actividades a realizar en grupos reducidos. En laboratorio (simplelab) y en campo (feedback de potenciales clientes).
3. Resolución de problemas en clase para afianzar conceptos prácticos.
4. Tutorías colectivas de seguimiento del cumplimiento de la metodología de lean startup.
5. Presentación y defensa de los trabajos con su previo seguimiento y tutorización
6. Asistencia a conferencias y seminarios.
7. Examen final (en caso de que fuera necesario).

6. Temario desarrollado:

1. **EL ARTE DE EMPEZAR**
 1. EL EMPRENDEDOR Y FORMAS JURÍDICAS
 2. GENERACIÓN DE PROPUESTAS DE VALOR. LA IDEA Y OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
2. **¿QUIÉN ES TU CLIENTE?**
3.
 1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO
 2. SELECCIÓN DEL PRIMER MERCADO
 3. PERFIL DEL END USER
4. **¿CUÁL SERÁ TU PRODUCTO?**
5.
 1. PROPUESTA DE VALOR Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO
 2. EVALUACIÓN DE LA POSICIÓN COMPETITIVA
6. **¿CÓMO HARÁS DINERO CON TU PRODUCTO Y CÓMO CONSTRUIRÁS TU PRODUCTO?**
 1. BUSINESS MODEL
 2. PRODUCTO MÍNIMO VIABLE
7. **¿CÓMO ESCALARÁS TU NEGOCIO?**
8.
 1. BUSINESS PLAN
 2. MARKETING PLAN

7. Bibliografía

7.1. Bibliografía básica:

Blank, S; Dorf, B. (2013). El manual del emprendedor. Gestión 2000.

7.2. Bibliografía complementaria:

Mayura, A. (2014). Running Lean: Cómo iterar de un plan A a un plan que funciona. UNIR
Ostervwalder, A., Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation. Deusto
Ries, E. (2013). The Lean Startup. Deusto

8. Sistemas y criterios de evaluación.

8.1. Sistemas de evaluación:

- Examen de teoría/problemas
- Defensa de Trabajos e Informes Escritos
- Seguimiento Individual del Estudiante

8.2. Criterios de evaluación y calificación:

Examen: 0%

Defensa de Trabajos e Informes Escritos: 70%

Seguimiento individual del estudiante: 30%

Mediante a evaluación de la elaboración y exposición pública de los trabajos se evaluarán las competencias CG1, CB6, CB7 y CB9 mientras que mediante el seguimiento individual se evaluarán las competencias CB8 y CB10.

9. Organización docente semanal orientativa:

	Semanas	Grupos Grandes	Grupos Reducidos Aula Estándar	Grupos Reducidos Aula de Informática	Grupos Reducidos Laboratorio	Grupos Reducidos prácticas de campo	Pruebas y/o actividades evaluables	Contenido desarrollado
#1	1	1	0	0	0		EL EMPRENDEDOR Y FORMAS JURÍDICAS	
#2	1	1	0	0	0	DECLARACIÓN DE PROBLEMA U OPORTUNIDAD	LA IDEA Y OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	
#3	1	1	0	0	0	MERCADO COMPETITIVO Y FEEDBACK	¿QUIÉN ES TU CLIENTE?	
#4	1	1	0	0	0	MERCADO ESTRELLA Y FEEDBACK	¿QUIÉN ES TU CLIENTE?	
#5	1	0	0	0	1	FEEDBACK	¿CUÁL SERÁ TU PRODUCTO?	
#6	1	1	0	0	0	MATRIZ ERIC	¿CUÁL SERÁ TU PRODUCTO?	
#7	1	1	0	0	0	CANVAS 0	MODELO DE NEGOCIO	
#8	1	0	0	0	1	FEEDBACK ITERACIÓN	MODELO DE NEGOCIO	
#9	1	1	0	0	0	CANVAS 1	MODELO DE NEGOCIO	
#10	1	0	1	0	0	BOCETO	PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	
#11	1	0	1	0	0	LOW PROTOTIPO	PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	
#12	1	0	1	0	0	HIGH PROTOTIPO	PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	
#13	1	0	1	0	0		BUSINESS PLAN	
#14	1	0	1	0	0	XLSX	BUSINESS PLAN	
#15	2	0	0	0	0	PPT Y PDF Y DOCUMENTO EJECUTIVO	PRESENTACIÓN	
	16	7	5	0	2			